

RUSSIAN POST

ПОЧТА РОССИИ

РАБОТА НА ОПЕРЕЖЕНИЕ РЫНКА

ИНТЕРВЬЮ ЗАМЕСТИТЕЛЯ ГЕНЕРАЛЬНОГО
ДИРЕКТОРА ПОЧТЫ РОССИИ ПО
ПОСЫЛОЧНОМУ БИЗНЕСУ И ЭКСПРЕСС-
ДОСТАВКЕ СЕРГЕЯ МАЛЫШЕВА

ПОСЫЛКИ ИЗ ЦЕНТРА

ЦЕНТРЫ ВЫДАЧИ ПОСЫЛОК: ПЕРВЫЙ ОПЫТ,
ПЕРСПЕКТИВЫ, КОММЕНТАРИИ

В ФИНАЛЕ — ТОЛЬКО ЛУЧШИЕ!

РЕЗУЛЬТАТЫ ВСЕРОССИЙСКОГО КОНКУРСА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МАСТЕРСТВА
«ЛУЧШИЙ ПОЧТАЛЬОН — 2014»



ПОСЫЛОЧНЫЙ БИЗНЕС





Скорость, точность, сохранность — составляющие успеха Почты России. Все эти критерии в полной мере относятся к посылочному бизнесу нашей компании. Он стал главной темой нового выпуска журнала, который вы держите в руках.

В ближайшие 10 лет Почта России планирует занять лидирующие позиции на рынке посылок в России. За счет чего можно успешно решить эту задачу? Что ожидает рынок посылок? Какие новые продукты готов предложить потребителям национальный почтовый оператор? Об этом в интервью нашему журналу рассказывает заместитель генерального директора Почты России по посылочному бизнесу и экспресс-доставке Сергей Малышев. Вы узнаете о том, как Почта России развивает сотрудничество с интернет-магазинами, выстраивает систему обратной связи с клиентами, приводит к уровню лучших международных практик свою курьерскую службу и повышает качество логистики.

Одним из главных событий года в отрасли связи стал запуск первого в истории России почтового поезда. Вместе с нашими корреспондентами вы совершите путешествие на первом почтовом поезде Москва — Владивосток через всю территорию страны, увидите, как встречали состав в крупных городах и маленьких населенных пунктах.

Не обошел своим вниманием журнал и другой новый важный проект Почты России — центры выдачи посылок (ЦВП). О принципах деятельности ЦВП, услугах, которые они оказывают, эффективности их работы читайте в нашем репортаже из столичного Центра выдачи посылок на Шаболовке.

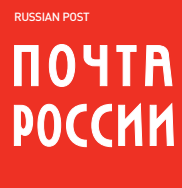
В своей работе Почта России, конечно, ориентируется на мировой опыт. О том, как почтовым операторам в Таиланде, Австралии, Италии, Норвегии удается наращивать объемы обработки посылок, — в нашем зарубежном обзоре.

Сегодня Почта России, используя решения коллег и собственные ноу-хау, вписывает новую страницу в историю посылочного бизнеса в нашей стране. Но по-своему увлекательны и полезны и страницы прошлого. О том, как доставляли посылки в Российской империи и СССР, рассказывает материал в рубрике «История вопроса».

Во все века получение посылки было приятным событием. Посылку всегда открывали с радостью и интересом. Надеюсь, такие же чувства вы испытываете, открывая новый номер нашего журнала.

Интересного вам чтения!

Елена Диденко,
главный редактор



Учредитель:
ФГУП «Почта России»

Редакционный совет:
Артем Адиев
Дмитрий Страшнов
Дмитрий Мартынов
Анатолий Назейкин
Дмитрий Панышев

Главный редактор:
Елена Диденко

Зам. главного редактора:
Григорий Шпоркин

Руководитель проекта:
Игорь Чебыкин

Выпускающий редактор:
Илья Блажнов

Дизайн и верстка:
Владислав Максименко
Любовь Аристов
Эмма Бурляева
Нелли Минибаева

Бильдслужба:
Анастасия Кривошеина
Евгений Лихацкий

Допечатная подготовка:
Андрей Ключков
Анастасия Морозова
Максим Куперман
Максим Рузаков

В издании использованы
фото из архивов фотобанков **ИТАР-ТАСС,**
РИА «Новости», Shutterstock,
Tupungato / Shutterstock.com,
Boris15 / Shutterstock.com

По вопросам размещения рекламы
обращайтесь в редакцию

Адрес редакции:
131000, Москва,
Варшавское шоссе, д. 37,
тел./факс: (495) 956-20-67,
e-mail: journal@russianpost.ru,
www.russianpost.ru

Подписано в печать
18.09.2014

Отпечатано в типографии «Вива-Стар»
Тираж 2000 экз.

Журнал зарегистрирован в Министер-
стве РФ по делам печати, телерадиовеща-
ния и средств массовых коммуникаций.

Свидетельство о регистрации
ПИ № 77-16233 от 29 августа 2003 г.

Перепечатка материалов без согласия
редакции запрещена. При использовании
материалов ссылка на журнал
обязательна.

© Почта России

В ТRENDE

- 4 Письма в Поднебесной

КОНТЕКСТ

- 8 Правительство РФ в целом одобрило стратегию Почты России
10 Почта России запускает собственное подписное онлайн-агентство
12 Мониторинг СМИ

ИНТЕРВЬЮ НОМЕРА

- 14 Сергей Малышев: «Основная задача Почты — работа на опережение рынка»

АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

- 20 Рынок посылок: цифры, факты, перспективы

21 «ПОЧТА — ОКНО В РОССИЮ»

ЭКСКЛЮЗИВ

- 22 Первый почтовый Москва — Владивосток

ПОСЫЛОЧНЫЙ БИЗНЕС

- 30 Письма из Центра

ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ

- 36 Почта России и eBay: партнерство с огромным потенциалом

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ВЕКТОР

- 38 Оптимизация + технологии = экономический эффект

ОБЗОР

- 40 Мировой тренд: на волне онлайна

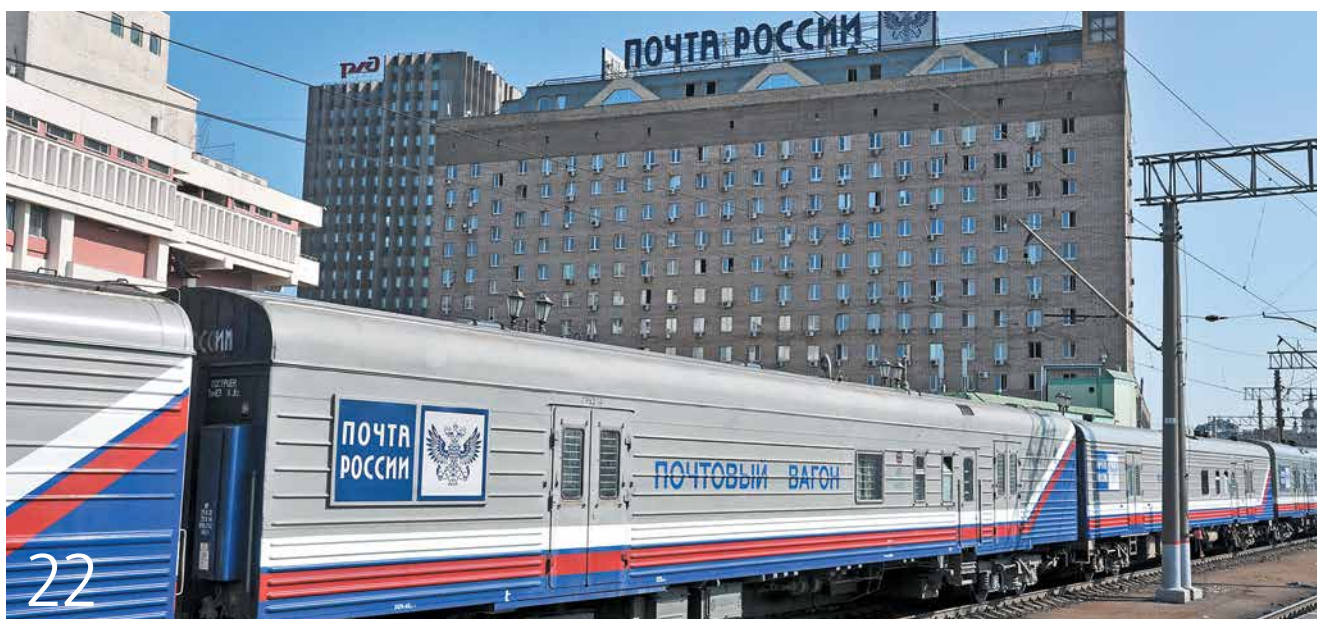
ИСТОРИЯ ВОПРОСА

- 46 Эволюция письма в России

КОМАНДА

- 50 В финале — только лучшие!
52 Лучший почтальон — 2014
Екатерина Федорова:
«На Почте романтики хватает!»





ЗАСЛУЖЕННАЯ НАГРАДА

54 Почтальон и президент

ПОЧТОВЫЕ ИСТОРИИ

56 В космосе, под водой и на вулкане

ПАРТНЕРСТВО

62 Владимир Сальников:
«Спасибо Почте за поддержку!»





Посылки в Поднебесной



Сортировка посылок
в городе Чанша

Не просто обогнать конкурентов, а сделать их своими партнерами — такой путь развития выбрал национальный почтовый оператор China Post. Бум электронной торговли ощутим в Китае как нигде более. Не упустить проистекающие из него выгоды китайские почтовики намерены, работая с ретейлерами напрямую.

КИТАЙСКАЯ ДОЛЯ

С начала осени жители России получили возможность отслеживать свои посылки из Китая через Интернет. Почта России договорилась с коллегами из корпорации China Post Group регистрировать мелкие пакеты весом до двух килограмм. Помимо сохранности отправок данные договоренности позволяют обеспечить и скорость прохождения за счет электронного обмена данными между операторами.

«Чем больше мы будем получать своевременной информации со стороны почты отправителя, тем быстрее отправление будет проходить таможенные процедуры, первичную сортировку и тем более подробная информация будет отслеживаться потребителями онлайн от отделения отправителя до получателя», — отметил в этой связи в интервью «Известиям» генеральный директор Почты России Дмитрий Страшнов.

Сотрудничество с китайскими почтовиками должно помочь их российским коллегам справиться с предновогодними нагрузками. Согласно подписанному ранее меморандуму возможно открытие новых автомобильных, железнодорожных и авиамаршрутов между Китаем и Россией.

Для российских пользователей новость более чем просто приятная: на Китай приходится свыше половины входящих международных отправок. В период с 2008 по 2013 год число мелких пакетов, поступающих из КНР в РФ, увеличилось почти в 2000 раз. Значительная часть растущих объемов — покупки в различных онлайн-магазинах.

Впрочем, «погоду» китайским почтовикам делают не только российские потребители услуг: одновременно идет рост отправок как в сопредельные азиатские государства, так и в гораздо более удаленные страны мира. Лавинообразное увеличение и без того немаленькой аудитории, в частности, подвинуло China Post на 28 строчек

вверх в списке Fortune 500: теперь корпорация занимает в нем 196-е место. В общей сложности с 2011 года, когда China Post попала в перечень, она поднялась вверх на 147 позиций.

Это и неудивительно: вместе с другими азиатскими странами КНР крепко держится в числе немногих динамично растущих рынков. Так, по данным аналитиков из компании Ofcom, в 2006–2011 годах, когда почтовые объемы в большинстве европейских стран ощутимо упали, потянув за собой и прибыли, China Post удалось увеличить свои доходы от почтового бизнеса на 86%.

Основа этого успеха — непрерывный и впечатляющий рост посылочного сегмента, который обслуживает интернет-ритейл. В прошлом году объем онлайн-торговли в Китае перевалил за 10 трлн юаней, то есть около 1,6 трлн долларов, сообщило агентство «Синьхуа». Таким образом, на онлайн приходится более 10% всей потребительской розницы в стране.

КОНКУРЕНТЫ В АССОРТИМЕНТЕ

Отобрав у США мировое первенство по объему розничной интернет-торговли, Китай столкнулся с необходимостью обеспечить своевременную доставку всех заказанных пользователями товаров. Почтовая отрасль заработала на доставке почти 60% своих доходов за первое полугодие текущего года.

Для национального почтового оператора сложившаяся ситуация означает двойной вызов. Прежде всего, необходимо одновременно обеспечить и повышение качества доставки, и наращивание ее объемов. Как отмечали в государственном почтовом управлении КНР, в минувшем июне был побит очередной рекорд: в течение месяца экспресс-почтой обработано 1,13 млрд единиц отправок, то есть около 37 млн штук ежедневно.

Лавинообразное увеличение и без того немаленькой аудитории, в частности, подвинуло China Post на 28 строчек вверх в списке Fortune 500: теперь корпорация занимает в нем 196-е место



Автопарк China Post насчитывает 76 000 машин

CHINA POST В ЦИФРАХ

51 000
почтовых
отделений

35 000
пунктов продажи
газет и книг

Около
7000
пунктов продаж
филателистической
продукции

1,3
млн ящиков
для писем и газет

150 000
почтовых ящиков

83,3
млн точек доставки

Притом доставлять грузы внутри страны по-прежнему затруднительно, особенно в западных и юго-западных районах. По словам премьера Госсовета КНР Ли Кэцзяна, перевозка товаров из Шанхая в Пекин стоит дороже, чем отправка того же груза на североамериканский континент.

Вторая проблема — обострение конкуренции. Доля частных компаний, работающих на рынке экспресс-отправлений, продолжает расти. В этом году правительство КНР разработало новый план реформирования логистической отрасли страны. Меры по его реализации еще предстоит конкретизировать, однако общий посыл уже ясен: в сфере логистики необходимо создать и развить множество небольших, но эффективных предприятий. За счет появления таких компаний власти рассчитывают снизить издержки на доставку, которые занимают сегодня до 15% в стоимости каждой онлайн-покупки.

Тем временем крупные международные игроки тоже не намерены упускать свой кусок «сытного пирога». Так, американская UPS продолжает расширять свою инфраструктуру на этой перспективной территории. По расчетам компании, Китай имеет все шансы уже к 2016 году превзойти Японию в списке самых крупных логистических рынков Азиатско-Тихоокеанского региона. Исходя из этого, UPS решила открыть новый логистический складской центр возле пекинского аэропорта. Кроме того, она объявила о запуске прямых железнодорожных маршрутов между Китаем и Европой — на Польшу и Германию. Еженедельные поезда в Польшу запустила и DHL, а FedEx в свою очередь расширила емкости международного хаба в Пекине.

ALIBABA ИДЕТ НА ПОЧТУ

Активизировавшиеся логистические компании — не единственная и, возможно, не самая большая проблема для China Post, желающей сохранить и приумножить свои рыночные доли. Сами ретейлеры в погоне за повышением эффективности и уменьшением расходов взялись доставлять продаваемые товары без привлечения почтовых или логистических партнеров. В феврале на такой шаг решился китайский поставщик гаджетов Suning, первым среди участников рынка электронной коммерции получив лицензию от Государственного почтового бюро. До этого компании предоставили право на региональную доставку товаров внутри страны, а теперь она вышла и на транснациональный уровень.

Компания Alibaba, работающая в сфере интернет-коммерции, тем временем инвестировала около 16 млрд долларов в создание своей системы «умной логистики», которая позволит использовать транспортные мощности оптимальным образом. К 2012 году продажи с основных порталов Alibaba Group достигали эквивалента в 170 млрд долларов, что сопоставимо с суммарными объемами Amazon и eBay.

Однако этот ретейлер не смог обойтись без помощи китайских почтовиков. China Post заключила с Alibaba стратегическое партнерство: вместо того чтобы тратить на создание новых хабов и закупать транспорт, продавец использует мощности национального оператора. Компании планируют совместными усилиями обеспечить доставку любых посылок по стране в течение 24 часов, вне зависимости от конкретной местности. В подписанном сторонами соглашении речь

В минувшем июне был побит очередной рекорд: в течение месяца экспресс-почтой обработано 1,13 млрд единиц отправок, то есть около 37 млн штук ежедневно

CHINA POST В ЦИФРАХ

24 000

маршрутов общей протяженностью 5,86 млн км

17

грузовых самолетов

4

грузовых корабля

382

железнодорожных вагонов

76 000

почтовых автомобилей

идет не только о логистике и доставке, но также о сотрудничестве в области финансовых услуг и информационной безопасности.

Почти одновременно China Post договорилась взаимодействовать с китайской федерацией торговых кооперативов China Co-Op. Партнеры также будут работать в сферах развития торговых каналов, доставки и логистики, предоставления финансовых и страховых услуг.

Договоренности о сотрудничестве есть у национального оператора и с рядом других ретейлинговых компаний, ориентированных как на внутренний, так и на международный рынки. Причем для партнеров выгода состоит не только в использовании разветвленной сети China Post. Главным преимуществом оператора по-прежнему остаются низкие цены — и внутри страны, и при отправке за рубеж. По сравнению с такими компаниями, как FedEx, доставка, к примеру, в Латинскую Америку обходится дешевле более чем на 30%.

НИКУДА БЕЗ ТЕЛЕФОНА

China Post намерена запустить общенациональный сервис платежных услуг для мобильных телефонов и Интернета. Как ожидается, в проект будет инвестировано более 16 млн долларов. Средства пойдут на создание электронной платежной платформы, которая в дальнейшем позволит сервису охватить обслуживанием всю территорию КНР. Компания самостоятельно будет эксплуатировать систему и при необходимости заниматься ее модернизацией. О конкретной дате запуска сервиса пока не сообщается.

И если China Post удастся сохранить такую ценовую политику, даже многократно возросшее число конкурентов не сможет пошатнуть ее прочного положения ни в краткосрочной, ни в долгосрочной перспективах.

Текст: Юлия Макарова

КОММЕНТАРИЙ



Сергей ДУКЕЛЬСКИЙ, руководитель департамента по международным вопросам ФГУП «Почта России»:

«Если сомневаешься в человеке, не води с ним дела, а если ведешь — не сомневайся»

— Не секрет, что восточный стиль ведения переговоров, в частности китайский, сильно отличается от западного. Серьезные переговоры китайцы предпочитают проводить на своей территории. При этом сам переговорный процесс зачастую совмещается с застольем. Прием пищи — это часть переговорного процесса, и отказываться от приглашения не принято, отказ может сильно оскорбить принимающую сторону. Причем если вы умеете пользоваться китайскими столовыми приборами, это будет оценено. А уж короткий тост на китайском точно поднимет ваш авторитет в глазах китайской стороны.

Для китайцев очень важно, как ведет себя человек на переговорах. Особое внимание уделяется моральным качествам переговорщика и его эмоциональному состоянию. Восточные люди никогда не позволяют себе, но и не оставляют незамеченными излишнюю напористость и грубость со стороны собеседника. Так что стоит иметь в виду, что на больших переговорах может присутствовать человек, который будет следить за вашим настроением. В процессе переговоров очень важно понять, кто в китайской делегации является главным при принятии решения, и ориентироваться на его поведение. При сложных ситуациях в переговорах необходимо учитывать, что решение никогда не будет принято непосредственно за столом, ситуация будет обсуждена отдельно и только среди «своих». Ведя переговоры, нужно хорошо владеть темой и знать все детали обсуждаемого предмета сделки и ни в коем случае не давать повода поймать себя на противоречиях или уличить во лжи. Очень важно в конце встречи озвучить еще раз достигнутые договоренности и убедиться, что обе стороны трактуют их одинаково.

Приезжая на переговоры, нужно не забыть приготовить подарки, даже если они будут символическими. Сами китайцы подходят к выбору подарков очень ответственно, так как считают их символом открытости и взаиморасположения сторон. Подарки должны быть заготовлены для всех членов делегации и различаться в зависимости от уровня одариваемого. Подарки, как и визитки, принято передавать двумя руками. Разворачивать же подарки сразу после вручения не принято.

В завершение хотелось бы сказать, что нам повезло с коллегами из Почты Китая: учитывая многолетнее сотрудничество и дружеские партнерские взаимоотношения как между почтами, так и между государствами в целом, наши переговоры проходят гладко и конструктивно.

Правительство РФ в целом одобрило стратегию Почты России



5 сентября 2014 года на совещании у председателя Правительства РФ Дмитрия Медведева, которое было посвящено обсуждению основных положений стратегии развития ФГУП «Почта России», была одобрена стратегия предприятия в целом. Окончательно финансовая модель развития Почты России будет утверждена после принятия нового Федерального закона «О почтовой связи» и Федерального закона «Об особенностях реорганизации ФГУП «Почта России».

«Новая стратегия развития предприятия впервые в истории существования ФГУП «Почта России» не предполагает использования бюджетных средств. При этом обязательно сохранится вся сеть отделений почтовой связи, улучшится качество обслуживания и повысится

заработная плата сотрудникам», — сказал министр связи и массовых коммуникаций РФ Николай Никифоров.

Повышение заработной платы почтальонам, операторам связи, сортировщикам началось в конце 2013 года в 17 филиалах предприятия. 1 января 2014 года проведен второй этап повышения заработной платы сотрудникам остальных филиалов.

Решение о создании почтового банка будет принято после одобрения нового Федерального закона «О почтовой связи» и Федерального закона «Об особенностях реорганизации ФГУП «Почта России».

На совещании также обсуждался вопрос сохранения доступа к почтовым ящикам. «Позиция Минкомсвязи России состоит в том, чтобы доступ к почтовым

ящикам имела приоритетно Почта России, а другие операторы могли получать его с письменного разрешения Почты», — отметил глава Минкомсвязи России.

Также на совещании у председателя Правительства РФ поднимался вопрос оформления имущества Почты России в собственность. «Силами команды предприятия в собственность Почты России оформлено 90% имущества», — уточнил министр.

Коснулись на совещании и тарификации услуг, предоставляемых Почтой России. «Тарифы на социально значимые услуги сделали предельными. В нишах, где Почта России конкурирует с другими игроками рынка, тарифы будут определяться рынком», — сказал Николай Никифоров.

Почта России на треть снизила пороговый объем тиража для региональных СМИ на получение скидки

С 1 сентября, со стартом подписной кампании на первое полугодие 2015 года, Почта России снизила пороговый объем тиража для региональных СМИ на получение скидки с 15,5 до 10 тыс. экземпляров.

«Мы уверены, что данный шаг поможет поддержать региональные социально-политические издания, важные для населения», — подчеркивает генеральный директор Почты России Дмитрий Страшнов.

Объем скидки на подписку на первое полугодие 2015 года для региональных СМИ с тиражом от 10 тыс. экземпляров составит 17%. Для всех районных СМИ предусмотрена скидка в 25%.



Меньше жалоб — больше доверия

Более чем в три раза (в абсолютном выражении) за прошедший год сократилось количество претензий на доставку международной почты и в шесть раз — в соотношении с объемами поступившей в Россию международной корреспонденции.

Минимальное значение, в абсолютном и относительном выражении, за последние три года было зафиксировано в июне этого года. Так, число претензий по качеству доставки международных почтовых отправлений Почтой России составило менее 3,5 тыс., или 0,06% от почти 6 млн поступивших международных отправлений. В целом за второй квартал 2014 года соотношение претензий к объемам составило 0,07% — такой процент обращений соответствует практике крупнейших зарубежных почтовых операторов. Кстати, год назад, во втором квартале 2013 года это соотношение было 0,42%, при том что объемы почтового импорта были почти в два раза меньше.

Общее количество письменных обращений к Почте России со стороны потребителей за первое полугодие 2014 года снизилось по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 37%. По отношению к объемам почтовых отправлений доля обращений снизилась с 0,0245% в первом полугодии прошлого года до 0,0180% за аналогичный период текущего года.

Качество услуг повысилось благодаря совершенствованию инфраструктуры международного почтового обмена, логистики доставки и усилению контроля сохранности отправлений.

Почта России делает ставку на директ-мейл

Возвращение на рынок директ-мейла (массовых рекламных рассылок) обсудили 12 августа на круглом столе «Развитие директ-мейла» руководство Почты России и представители российских, зарубежных агентств и почтовых операторов. Эксперты сошлись во мнении, что использование данного канала маркетинговых коммуникаций имеет перспективы, если Почта установит гибкие и доступные тарифы на доставку.

По данным Национальной ассоциации дистанционной торговли, объем рынка директ-мейла сегодня в России оценивается в 200 млн отправок в год — в среднем полтора отправок на одного жителя страны, что в 58 раз меньше, чем в Западной Европе, где число отправок директ-мейла составляет в среднем 86 на человека. К 2018 году потенциал отечественного рынка оценивается не менее чем в 800 млн отправок, что составит порядка шести рекламных отправок на жителя страны в год.

«Последние 2–3 года наблюдается замещение письменной корреспонденции электронными форматами.

Поэтому одна из главных задач Почты России — занять к 2018 году доминирующую позицию на рынке письменной корреспонденции, включая более 70% рынка директ-мейла, — рассказала заместитель генерального директора Инесса Галактионова. — Почта России, обладая уникальными инфраструктурой доставки и адресной базой, имеет хорошие перспективы прорваться в данном направлении».

По словам Галактионовой, новые направления развития бизнеса, в том числе директ-мейла, могут стать драйверами для развития предприятия, обеспечив его необходимыми ресурсами для модернизации инфраструктуры и повышения уровня зарплат.

К первому кварталу 2015 года Почта России планирует запустить услугу директ-мейла с разработкой тарифов и пакетных предложений в тестовом режиме, а уже к третьему кварталу 2015 года вывести услугу на рекламный рынок в полном объеме.

Предполагается, что основными клиентами рынка директ-мейла станут компании каталожной торговли.



Почта России запускает собственное подписное онлайн-агентство



В рамках реформирования почтового бизнеса Почта России запускает собственное подписное онлайн-агентство, которое будет заключать с издательствами прямые договоры подписки. Данный формат поможет сделать периодические издания более доступными для населения. Новая система заработает уже с 1 апреля 2015 года, когда стартует подписная кампания на второе полугодие. К заключению прямых договоров

с издательствами Почта России планирует приступить с декабря 2014 года. В свою очередь онлайн-формат агентства позволит значительно снизить расходы на ведение документооборота и договорную работу с издательствами.

«Подписка на печатные издания имеет стратегическое значение — это возможность каждого гражданина страны получать актуальную и оперативную информацию, — подчеркивает генеральный директор Почты России

Дмитрий Страшнов. — Именно поэтому мы в кратчайшие сроки разработали систему, благодаря которой Почта России сможет взаимодействовать с издательствами напрямую. При этом у издателей остается возможность работать с подписными агентствами, а клиенты смогут определить, что им выгоднее».

Благодаря новой системе с 1 апреля 2015 года все желающие также смогут оформить подписку на интересные издания в режиме онлайн — на сайте Почты России.

На сегодняшний день Почта России обслуживает порядка 20 млн подписчиков в России, доставляя более 1 млрд подписных изданий в год.

Напомним, что с 1 сентября 2014 года, со стартом подписной кампании на первое полугодие 2015 года, Почта России во всех своих филиалах также запустила единую автоматизированную систему подписки. Ее введение дало клиентам возможность выбирать наименьшую цену издания по каталогам всех подписных агентств. Помимо этого, были снижены пороговые значения тиражей для региональных издательств на получение 17-процентной скидки — с 15,5 до 10 тыс. экземпляров.

Подписка в автоматическом режиме

1 сентября, со стартом подписной кампании на первое полугодие 2015 года, во всех филиалах ФГУП «Почта России» была запущена единая автоматизированная система подписки. Введение системы даст клиентам возможность выбрать наименьшую цену издания по каталогам всех подписных агентств, а также значительно сократит время оформления услуги.

В свою очередь, благодаря новой системе, издательства смогут оперативно отслеживать ход подписной кампании и принимать своевременные решения по корректировке маркетинговой политики.

Декада подписки пройдет во всех почтовых отделениях страны с 25 сентября по 4 октября. Порядок подписной кампании и тарифы на первое полугодие 2015 года останутся прежними. Для региональных изданий с тиражом 10 тыс. экземпляров и федеральных СМИ с тиражом 220 тыс. экземпляров предусмотрена скидка в 17%, для всех районных СМИ — в 25%.



Royal Mail теперь работает без выходных

Британская королевская почта запустила специальный воскресный сервис. Теперь в ее офисах клиенты могут получить товары, заказанные в Интернете, и в самый последний день уикенда.

В настоящее время в порядке эксперимента каждое воскресенье по всей Великобритании будет открыто порядка 100 офисов Royal Mail, в которых клиенты с 12:00 до 16:00 смогут забрать свои отправления, сообщает The Telegraph.

Комментируя появление новой услуги, Ник Лэндон, управляющий директор департамента посылок Royal Mail, сказал: «Мы внимательно реагируем на запросы клиентов. Первый опыт нашего «воскресного сервиса» показал, что в выходные дни объем посылок ничуть не меньше, чем в будни».



Tupungato / Shutterstock.com

Источник:

<http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/royal-mail/11068596/Royal-Mail-to-launch-Sunday-service-this-weekend.html>



Все дороги ведут из Харбина

С января по июль этого года объем почтовых перевозок из Харбина в российские города составил 1021 тонну. Это примерно в 16 раз больше, чем в аналогичный период прошлого года. Тенденция обусловлена бурным развитием трансграничной электронной торговли.

В настоящее время Харбин связан воздушным сообщением с восемью российскими городами, включая Хабаровск, Южно-Сахалинск, Якутск, Екатеринбург и Красноярск. По этому показателю харбинский аэропорт уступает лишь пекинскому международному аэропорту Шоуду.

Для освоения российского рынка крупные китайские игроки электронной коммерции и услуг создали в Харбине свои представительства и открыли веб-сайты на русском языке. Кроме того, две компании создали на территории города специализированные склады.

Согласно данным, Харбин — китайский лидер по объему перевозок в Россию почтовых отправлений. На него приходится 30% от общего объема электронной торговли Китая с Россией, пишет ИА «Синьхуа».

DHL испытывает специальный почтовый велосипед



Ящик для перевозки отправлений велосипеда DHL Parcycycle имеет емкость 140 литров

Согласно немецким тестам, специально сконструированный велосипед (на фото) выглядит серьезным конкурентом автомобилю. Опытные экземпляры двухколесного почтового транспорта уже используются для экспресс-доставки отправлений в двух городах Германии — Берлине и Франкфурте. В планах еще два города — на севере и на юге.

Планируется, что курьеры на байках DHL Parcycycle будут доставлять письма и небольшие посылки. Главное преимущество таких велосипедов в том, что они гораздо мобильнее автомобилей в условиях плотного городского трафика и не загрязняют окружающую среду, сообщает Die Welt.

Источник:

<http://www.welt.de/wirtschaft/article131877728/DHL-liefert-Pakete-jetzt-per-Fahrrad-aus.html>

ВЕДОМОСТИ

THE WALL STREET JOURNAL |  |  FINANCIAL TIMES

Почта запустила поезд

До 150 млн рублей транспортных издержек в год будет экономить Почта России благодаря началу работы первого в России сугубо почтового поезда, сообщил «Ведомостям» представитель почты.

Первый поезд был отправлен 7 сентября. Он будет курсировать между Москвой и Владивостоком каждые два дня, проходя этот путь в одну сторону за 10 дней (таким образом, одновременно в пути будет находиться 10 таких поездов). Благодаря только этой мере Почта надеется сократить время оборачиваемости вагонов на 20%, рассказал заместитель гендиректора Почты России Алексей Скатын.

После начала работы поезда доля железнодорожных перевозок в объеме магистральных почтовых потоков Почты России сразу же вырастет с 37 до 47% (по весу), говорит Скатын. То есть поезд будет перевозить около 10% всего магистрального почтового трафика. Этот поток будет перераспределен от привлекаемого Почтой России сторон-

него автотранспорта, который сейчас перевозит около 47% магистрального почтового трафика, — следует из презентации Скатына.

Почта России хочет довести к 2018 году долю железнодорожных магистральных перевозок до 55%, снизив долю привлеченного автотранспорта до 24%. Доля авиаперевозок к этому же сроку должна вырасти с 10 до 15%. В планах Почты России — в частности, запустить почтовые самолеты по двум наиболее популярным направлениям интернет-торговли в США и Китай, рассказал вчера министр связи Николай Никифоров.

В каждом поезде будет до 19 вагонов, сообщил Скатын, т. е. всего будет задействовано до 190 почтовых вагонов. При этом новые вагоны для этого поезда не понадобятся — почта перераспределит уже имеющиеся, которые сейчас прицепляют к другим составам, говорит он. По словам представителя компании, сейчас у Почты России 759 вагонов. Благо-

даря тому что по этому маршруту поезд сможет загружать и выгружать почту более чем на 70 станциях, у компании появится 28 новых почтовых маршрутов, а их общее количество вырастет до 131 — максимальный показатель за всю историю ФГУП, радуется Скатын. Он надеется к тому же сократить показатель отцепок и простоя вагонов, задержку почты в пути. Старший вице-президент РЖД Анатолий Краснощек также рассчитывает, что в пути нового поезда удастся избежать отцепок вагонов для погрузки и выгрузки почты.

Это пока эксперимент, надо посмотреть, как он реализуется, говорит президент Национальной ассоциации дистанционной торговли Александр Иванов, 10 дней — предельный срок для норматива доставки. Кроме того, по его словам, Почте России, скорее всего, придется столкнуться с фактом, что из Москвы состав будет уходить заполненный, а обратно его будут гнать порожняком.

REGNUM
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО

В Вологодской области открыли первое модульное отделение почтовой связи

В селе Ухтома Вологодской области открылось модульное отделение почтовой связи. Его первым клиентом стал врио губернатора региона Олег Кувшинников. Двести сельчан получили полноценный доступ к услугам национального почтового оператора.

В мае Вологодская область подписала соглашение о сотрудничестве с Почтой России. Глава региона Олег Кувшинников и генеральный директор российской почтовой организации Дмитрий Страшнов договорились реализовать совместный проект по созданию модульных отделений почтовой связи контейнерного типа производства вологодского завода

СКДМ. Планировалось, что их разместят в местах, где ранее действовали почтовые отделения, но по какой-то причине были закрыты.

Построенные в Вологде модульные отделения почтовой связи, согласно проекту, приспособлены к работе в зимние холода, оборудованы рабочим местом для оператора, хозяйственным отсеком, помещением для приема и обслуживания клиентов. При этом модуль абсолютно автономен и требует лишь подключения к электросетям. К месту установки модуль можно привезти обычным грузовым автотранспортом.

Почта России планирует запустить несколько железнодорожных маршрутов перевозки посылок в Китай

ФГУП «Почта России» планирует провести переговоры с China Post о запуске нескольких железнодорожных маршрутов перевозки почты из России в Китай и обратно, сообщил «Интерфаксу» глава предприятия Дмитрий Страшнов.

«Очень большой интерес и у нас, и у почтовой администрации Китая. В ближайшее время мы будем собираться с коллегами из «Китайской почты», РЖД и моделировать логистические маршруты, направленные на обеспечение международной доставки», — сказал он.

Дмитрий Страшнов добавил, что китайская сторона заинтересована в транзитной модели бизнеса, когда из Китая через Россию по железной дороге будут также доставляться посылки в Европу (и из Европы в КНР).

Как сообщалось, в конце 2013 года Почта России и China Post подписали меморандум о взаимопонимании и сотрудничестве, регламентирующий маршруты почтовых перевозок между Китаем и РФ. Также стороны договорились о возможном открытии до конца 2013 года железнодорожного почтового маршрута из России в Китай.

Toshiba займется автоматизацией логистического центра Почты России в Московском регионе

Компания Toshiba выступит партнером ФГУП «Почта России» в реализации проекта по развитию логистического центра неподалеку от аэропорта Внуково.

Ранее Toshiba победила в открытом тендере на оснащение центра почтообработывающим оборудованием. Контракт рассчитан на 2014–2015 годы, его цена составит около двух млрд рублей. В рамках соглашения с Почтой России компания Toshiba поставит в логистический центр современные автоматизированные системы сортировки, обмена, транспортировки почты, устройства автоматического взвешивания

и определения объемных показателей отправок.

Новое оборудование позволит разделять почтовые потоки по форме и габаритам, а также автоматизировать обработку мелких пакетов. Также предполагается внедрить передовые решения для участка регистрации и таможенного оформления входящей импортной почты. Как ожидается, после выхода на проектную мощность логистический центр будет обрабатывать 2,15 млн единиц международных и внутренних почтовых отправок в сутки, в том числе 800 тысяч посылок, импортных мелких пакетов и EMS-отправлений.

Почта России даст проследить за мелкими посылками

Мелкие пакеты весом до 2 кг, пересылаемые из Китая в Россию, теперь можно будет отследить по трекингу, как и большие посылки. Почта России и China Post Group договорились, что с 1 сентября станут регистрировать их, и весь путь отправления будет виден на сайте Почты России.

«После перевода мелкого пакета в категорию «регистрируемой» почты отправление можно отследить на сайтах почтовых операторов», — сообщил «Известиям» гендиректор Почты России Дмитрий Страшнов.

По его словам, почтовые службы двух стран ведут серьезную работу по совершенствованию электронного обмена данными, которые используются в том числе Федеральной таможенной службой при таможенном оформлении. Как отмечает Страшнов, обмен сократит сроки доставки.

«Чем больше мы будем получать своевременной информации со стороны почты отправителя, тем быстрее отправление будет проходить таможенные процедуры, первичную сортировку и тем более подробная информация будет отслеживаться потребителями онлайн от отделения отправителя до получателя», — заявляет он.

Регистрацию ввели для усиления безопасности и обеспечения сохранности отправок, которые прежде не регистрировали, и они могли теряться по дороге. Тем более что с 2008 по 2013 год, по данным Почты России, количество мелких пакетов из Китая в Россию увеличилось в 1852 раза. Большая их часть — это заказы россиян в интернет-магазинах. В прошлом году из Китая в Россию было доставлено более 15 млн мелких пакетов.

Сергей Малышев: «Основная задача Почты — работа на опережение рынка»

В ближайшее десятилетие национальный почтовый оператор планирует занять лидирующие позиции на рынке посылок в России. При этом посылочный бизнес должен стать одним из драйверов экономического роста предприятия. О перспективах развития сегмента, новых сервисах и подходах к работе с клиентами нашему журналу рассказывает заместитель генерального директора Почты России по посылочному бизнесу и экспресс-доставке Сергей Малышев.



*Крупные интернет-магазины
не появляются как грибы после дождя,
они есть на рынке, с ними нужно плотно
и бережно работать. Причем каждому
клиенту необходимо предложить
отдельное индустриальное решение*

— *Сергей Константинович, планы у Почты России действительно грандиозные. Предполагается, что к 2018 году рынок посылок вырастет до 435,7 млн штук. Из них Почта обрабатывает почти половину — 205 млн — и получит рекордную выручку 70,7 млрд рублей. За счет чего растет рынок? Какие у Почты есть резервы для совершения экономического рывка?*

— Рынок растет прежде всего за счет интернет-торговли. Внутренней и внешней. По мнению экспертов рынка и глав крупнейших интернет-компаний, сегмент будет прибавлять минимум 10% в год. За счет введения новых, высококонкурентных сервисов, приведения услуг к рыночным стандартам и других мероприятий мы планируем прирастать от года к году на 12–15%, постепенно отвоевывая долю, которую потеряли в прошлые годы.

— *Какие первоочередные задачи стоят перед предприятием на данном «участке»?*

— Основная задача Почты, повторяю, — работа на опережение рынка. Для динамичного, поступательного развития мы в ближайшее время планируем построить в 50 крупных городах России порядка 100 центров выдачи и приема посылок. Во многих почтовых отделениях будут открыты выделенные окна для приема и выдачи посылок.

В планах также расширение количества курьерских групп, поскольку услуга курьерской доставки посылок сейчас очень востребована. Курьерские группы Почты появятся во всех крупных городах РФ. Будет изменена продуктовая линейка, которая станет доступна и понятна как рядовым клиентам, так и крупным интернет-ма-

газинам, что позволит нам вернуть утраченную долю рынка в городах в самое ближайшее время.

НОВЫЕ ПРОДУКТЫ НА ВНУТРЕННЕМ РЫНКЕ

— *Перспективы международного рынка понятны. А как обстоят дела с рынком внутренним? Ведь когда-то россияне активно обменивались посылками, наполненными «предметами культурно-бытового и иного назначения»...*

— Сейчас таких посылок немного, но, надеюсь, после того как мы покажем, что Почта России стала другой, что мы надежны и у нас есть гарантированный срок доставки отправлений, ситуация изменится. В принципе, Почта уже сейчас не та, что прежде. Просто не все об этом знают.

— *Каково соотношение международного и внутреннего посылочного трафика?*

— В 2014 году соотношение «международных» и «внутренних» посылок, включая мелкие пакеты, будет примерно 50 на 50%.

— *Расскажите, пожалуйста, подробнее о разработке нового продуктового портфеля.*

— В ближайшее время, например, для крупного ретейла на рынке появится услуга под названием «Посылка плюс». Продукт будет присутствовать в 38 городах с населением от 500 тысяч человек. Преимущество данного сервиса — понятные и гарантированные сроки доставки посылок от точек входа до отделений почтовой связи, привлекательный прайс, который позволит нам успешно конкурировать на этом рынке. Встречи с ключевыми игроками рынка состоялись, они ждут от нас старта этого продукта, чтобы начать возвращать объемы в эти города.

*Серьезное развитие получит наша
курьерская служба, которая будет
идти как дополнительная услуга через
отделения связи. Качество и цена – вот
козыри, которые позволят нам отвоевать
позиции на курьерском рынке*

— **Актуальным нововведением на Почте станет так называемая дифференциация на последней миле. Что включает в себя это понятие?**

— Прежде всего, это открытие центров выдачи и приема посылок, где клиент может и сдать посылку, и получить ее. Причем центр может работать как в рамках почтового отделения, так и в специально выделенном помещении, где производятся операции только с посылками. Такие центры будут содержать максимальное количество услуг, связанных с посылочным бизнесом, включая электронную очередь, тацскрины, при помощи которых можно будет посетить сайты наших партнеров, заказать товар, приобрести сопутствующие товары, оформить услуги курьера и т. д. Как вариант, на последней миле будем просто открывать «выделенные окна», также закрепленные только за посылками.

Серьезное развитие получит наша курьерская служба, которая будет идти как дополнительная услуга через отделения связи. Услуга высокотехнологичная: клиент может докупить ее через мобильный телефон, и уже пришедшую в отделение почтовой связи посылку ему доставит домой наш курьер.

— **Будет ли курьерская доставка по карману рядовому клиенту?**

— Абсолютно! Курьерский продукт, который мы готовим к выходу на рынок, будет как раз очень доступен за счет более низкой, чем в общем на рынке, цены. Качество и цена — вот козыри, которые позволят нам отвоевать позиции на курьерском рынке.

— **Но и конкуренты, очевидно, не дремлют?**

— Разумеется. Мы пристально следим за тем, что происходит на рынке посылок. Сейчас в сег-

менте b2c, когда интернет-магазин отправляет заказанный товар своему клиенту, мы занимаем чуть больше 32%. Задача — увеличить долю до 45% в 2018 году и до 56% — в 2023 году. Есть понимание того, что нужно сделать для роста. Крупные интернет-магазины не появляются как грибы после дождя, они есть на рынке, с ними нужно плотно и бережно работать. Причем каждому клиенту необходимо предложить отдельное индустриальное решение, которое позволит максимально удовлетворить его спрос на почтовые услуги.

— **Какие изменения, нацеленные на то, чтобы сделать прием и выдачу посылок более удобными для клиентов, ожидают отделения почтовой связи? Не планирует ли Почта менять упаковку посылок, требования к весу, содержанию, другие параметры?**

— Действительно, мы хотим перевести всех наших крупных клиентов на единую стандартную упаковку. В ближайшей перспективе будет серьезно упрощена система тарификации для клиентов, которые отправляют посылки друг другу.

Также в следующем году откроются 300 высокотехнологичных и удобных отделений связи. Работа курьеров там будет полностью автоматизирована. Специальное приложение в смартфоне позволит им выстраивать оптимальный маршрут движения. И диспетчеры, и клиенты будут в режиме онлайн отслеживать местоположение курьера. Соответственно, клиент сможет четко спланировать свой день, а диспетчеры — выстроить оптимальные маршруты курьеров с учетом пробок и загруженности разносчиков посылок.

*Мы стараемся выстроить систему,
которая позволит клиентам иметь
сто процентное качество услуг*

Кроме того, мы разрабатываем для клиентов специальный сервис, посредством которого они смогут «управлять» посылкой. То есть решить, забрать ли посылку из отделения почтовой связи самому либо оформить доставку курьером на домашний или служебный адрес.

Разумеется, параллельно мы активно будем заниматься обучением и переподготовкой персонала, поскольку бизнес делают люди, без них никакие высокие технологии не спасут.

КИТАЙСКИЙ ПРИРОСТ

— Как развивается международное сотрудничество Почты России в сфере посылочного бизнеса? Известно, что крупный договор заключен с китайскими коллегами, подписан меморандум о сотрудничестве с компанией eBay.

— Из Китая сегодня мы получаем порядка 80% мелких пакетов. А вообще международный поток этого вида отправок ежегодно прирастает в два раза. То есть уже за первую половину 2014 года мы получили ровно столько же мелких пакетов, сколько за весь прошлый год. И этот объем продолжает расти.

Меморандум с компанией eBay подразумевает более сжатые сроки поставки товара от китайского поставщика до получателя в России. Мы планировали укладываться в девять дней, месяц уже как вышли из тестового режима, то есть работаем по новой схеме и в основном выдерживаем эти сроки.

— Министерство финансов РФ предлагает понизить порог беспошлинного ввоза для товаров, приобретенных в зарубежных интернет-магазинах, до 150 евро.

Минпромторг предлагает более щадящий вариант — до 500. Как, на ваш взгляд, это может отразиться на посылочном бизнесе?

— В настоящее время много посылок заходит в РФ со складов-консолидаторов. Это такие места, где покупатель может две-три вещи, приобретенные в разных интернет-магазинах, чтобы не платить за доставку нескольких отправок, упаковать в одну посылку, после чего отправить ее в Российскую Федерацию. Главное, как мы знаем, чтобы товар стоил не дороже 1000 евро и весил не больше 30 килограммов. Как только будет принят закон или решение о понижении порога беспошлинного ввоза до 500 или 150 евро, услуги консолидаторов станут менее востребованы. Соответственно, в денежных объемах мы точно не пострадаем, а в «штуках», скорее всего, даже прирастем.

EMS И B2B

— Сохранность посылок — важная составляющая репутации Почты. И здесь, очевидно, не обойтись без каких-то особых мер. Какая работа ведется в этом направлении?

— Действительно, в свое время эта проблема стояла остро. Мы постоянно мониторим ситуацию и видим, что сохранность отправок в последнее время близка к 100%. Комплекс мер, разработанный нашей службой безопасности и блоком интегрированной логистики, свел случаи пропажи посылок или вещей из посылки практически на нет. Мы разбираемся с каждым конкретным инцидентом, и, если в них есть наша вина, клиенты получают компенсацию.

Мы стараемся выстроить систему, которая позволит клиентам иметь сто процентное каче-

*Запустив GPS- и GSM-трекеры на внутренних
отправлениях, мы поняли, где нужно
исправить ситуацию, и так изменили
маршруты, что посылки стали быстрее
ходить от отправителей к получателям*

ство услуг. По каждому обращению клиентов с целью предотвращения пропажи или задержек посылок проводится работа.

— Услуги по экспресс-доставке корреспонденции и грузов под маркой «EMS — Почта России» давно завоевали популярность в нашей стране и за рубежом. Что нового здесь ожидает клиентов?

— Помимо увеличения количества курьерских групп, о котором я говорил выше, одна из главных задач, стоящих перед EMS, — серьезно войти на рынок b2b-корреспонденции, где ключевую роль сейчас, к сожалению, играет не Почта России. Но в ближайшее время мы планируем существенно нарастить свое присутствие на этом направлении.

«НАМ ЕСТЬ ЧТО ПРЕДЛОЖИТЬ РЫНКУ»

— Среди высокотехнологичных сервисов на Почте существует система отслеживания почтовых отправлений, в том числе с помощью GPS- и GSM-трекеров. Как она влияет на качество обслуживания клиентов и, в частности, на сроки доставки посылок?

— Посылки с GPS- и GSM-трекерами были запущены по самым сложным, «непрозрачным» маршрутам. Настолько «непрозрачным», что очень часто было сложно определить, где в конкретный момент находится посылка. Запустив эти устройства на внутренних отправлениях, мы поняли, где нужно исправить ситуацию, и так изменили маршруты, что посылки стали быстрее ходить от отправителей к получателям. Таких маршрутов было немного, блок интегрированной логистики убрал препоны, которые мешали посылкам быстро прохо-

дить по магистрали, и сейчас в общем все это неплохо работает.

— А как сами клиенты оценивают сейчас работу Почты России?

— Совсем недавно крупные компании, которые входят в Национальную ассоциацию компаний дистанционной торговли (НАДТ), проводили телефонный опрос клиентов, чтобы узнать, насколько их устраивает работа Почты России — скорость доставки посылок и т. д. Его результаты — а опрос можно считать совершенно объективным, так как в нем не участвовала заинтересованная сторона (Почта России) — нас приятно удивили: 74% опрошенных клиентов довольны работой Почты, а еще 15% в принципе довольны, но считают, что есть резервы для улучшения. Мало того, проверки Роскомнадзора также показывают, что от квартала к кварталу сроки прохождения посылок у нас все ближе и ближе приближаются к нормативным.

Такая статистика, разумеется, вселяет оптимизм и говорит о том, что почтовики идут верной дорогой. Вместе с тем мы понимаем, что ситуация пока еще далека от идеальной. Говорят, что клиент голосует рублем. У нас есть огромный рынок, на котором мы занимаем пока еще не очень большую долю — 32%. Для национального почтового оператора это, конечно, мало. Как только мы покажем, что поменялись, эта доля, надеюсь, существенно увеличится, и клиенты проголосуют за нас рублем. Уверен, они не пожалеют — Почте России есть что предложить рынку!

Текст: Андрей Привалов

Рынок посылок: цифры, факты, перспективы

В ближайшие годы посылочный сегмент рынка почтовых услуг ожидают высокие темпы роста и острая конкурентная борьба. Ключевым фактором успеха в этой ситуации становится своевременная доставка. В этом уверены ведущие эксперты отрасли и исследовательские компании.

КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ

Сегмент является быстрорастущим вследствие развития интернет-торговли.

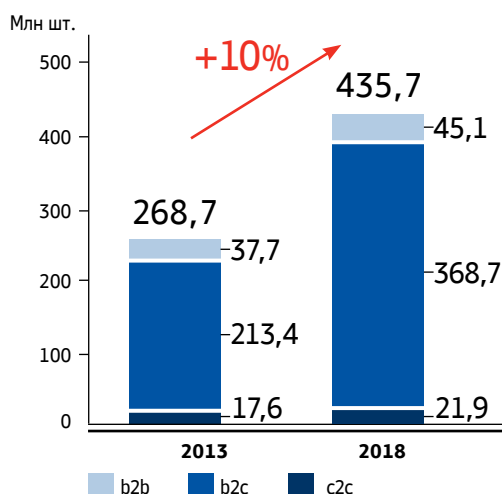
Высокая конкуренция в силу большого числа международных и российских игроков (DHL, DPD, Pony, SPSR и пр.).

Смещение фокуса потребителя на выполнение доставки в заявленные сроки.

Быстрая и качественная доставка становится отраслевым стандартом, конкурентные преимущества достигаются дифференциацией на «последней миле».

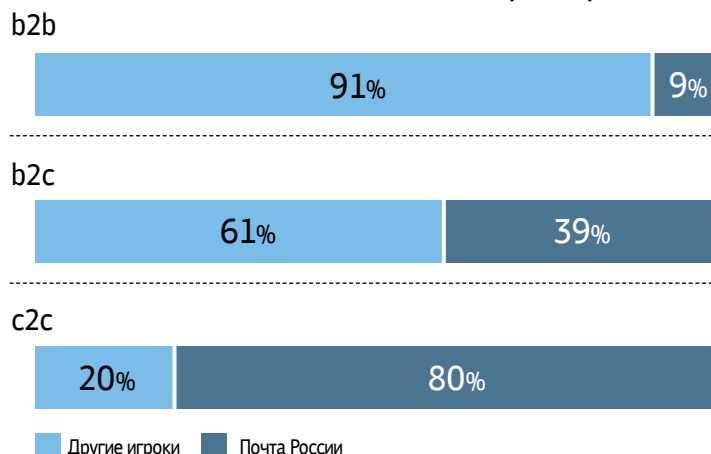
ОБЪЕМ И ДИНАМИКА РЫНКА

До 2018 года ожидается рост рынка в среднем на **10%** (с 268,7 млн шт. до 435,7 млн шт.).



Общая рыночная доля Почты России в 2013 году составила **37,5%**, доходы от сегмента – **23,9** млрд рублей.

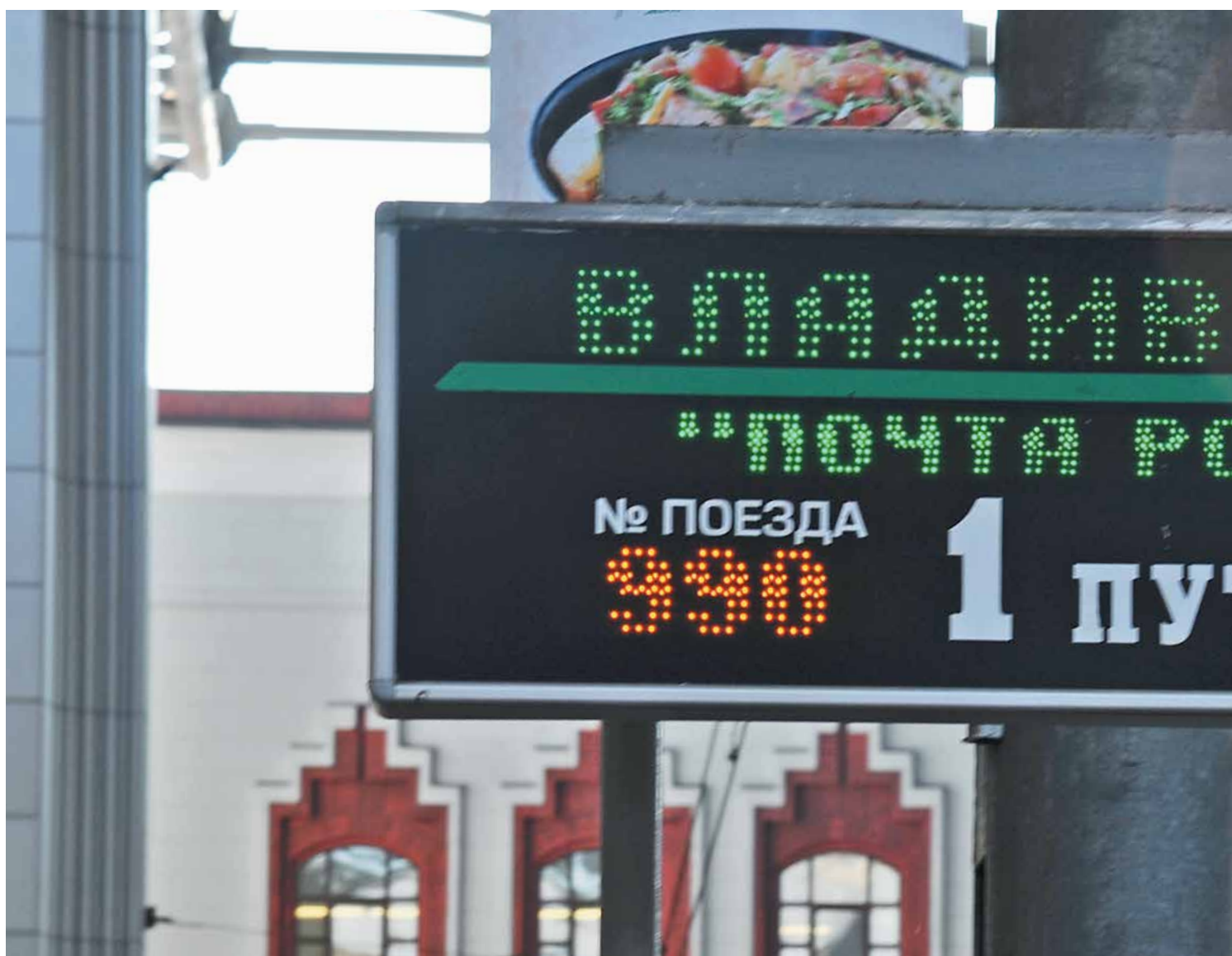
Почта России: 101 млн шт. (37,5%)



Источники: Data Insight, АКИТ, PWC, Сбербанк России, анализ BCG.

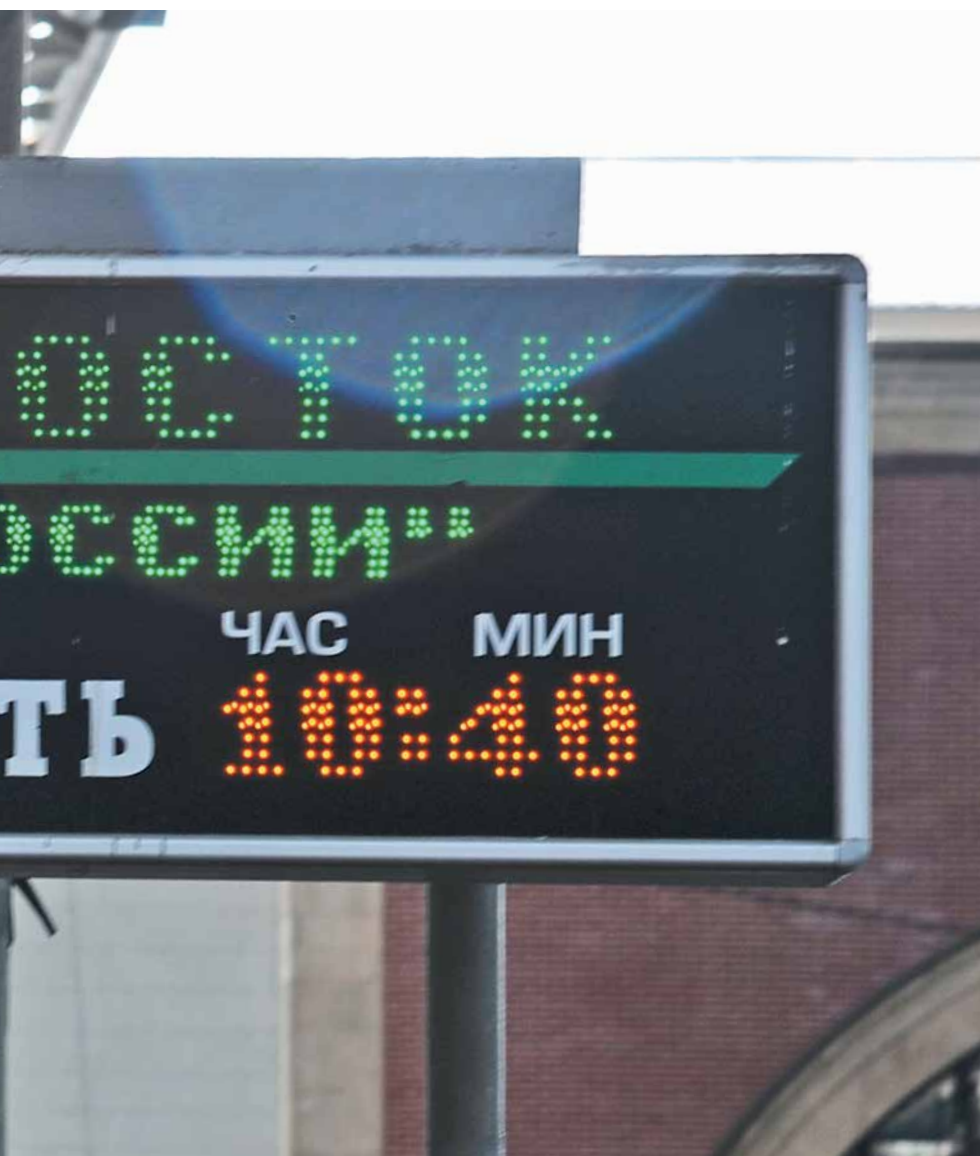
Автор — Лидия Бобылева.
Вид из окна ОПС 119 Нижнего Новгорода





Первый почтовый Москва — Владивосток

Первый в России почтовый поезд, запущенный Почтой России совместно с РЖД, совершил свой первый рейс! Состав № 990 за десять дней пересек всю страну — от Москвы до Владивостока, преодолев 9149 километров и сделав 70 остановок для почтового обмена на станциях как крупных городов, так и небольших населенных пунктов.



Отправление первого почтового поезда стало настоящим событием для столицы. С Казанского вокзала Москвы ежедневно отправляются десятки составов, но, согласитесь, не каждый раз можно увидеть в числе провожающих таких людей, как министр связи и массовых коммуникаций РФ Николай Никифоров, генеральный директор Почты России Дмитрий Страшнов, старший вице-президент РЖД Анатолий Краснощек. В память об историческом событии высокие гости оставили на нескольких случайно выбранных посылках свои теплые пожелания почтовикам и их клиентам: «В добрый путь!», «Почта с вами!», «Только по расписанию!». Через 10 дней «счастливые посылки» вместе с тоннами других почтовых отправлений на вокзале Владивостока в 22 часа по местному времени встречали директор Примор-

ского филиала Почты России Андрей Брик и начальник Владивостокского магистрального сортировочного центра Андрей Конкин. Первыми адресатам были доставлены именно «счастливые посылки» из Москвы. Потому что счастливые! Верим, что отныне счастливой будет абсолютно вся корреспонденция почтового поезда, которую клиенты в различных уголках России будут получать строго в запланированные сроки.

...На следующий день состав двинулся в обратный путь. Составы формируются в конечных пунктах, вагоны с отправлениями — по пути следования. Из Москвы поезд № 990/989 будет отправляться через день. Предлагаем вам фоторепортаж об историческом первом рейсе и о том, как почтовый поезд встречали в российских городах.

КОММЕНТАРИИ



Николай НИКИФОРОВ,
министр связи и массовых
коммуникаций РФ:

— Сегодня действительно историческое событие. Для десятков миллионов человек важно, чтобы посылка дошла за определенное количество дней, которое вписывается в нормативные сроки доставки. Почтовый поезд позволит Почте России обеспечить гарантированную доставку отправлений в срок.

Почта России модернизируется на глазах, изо дня в день реализуя все новые этапы своей стратегии. Мы с вами стали свидетелями очередного, очень важного этапа, который осуществлен благодаря усилиям двух крупнейших государственных компаний — Почты России и Российских железных дорог.



Дмитрий СТРАШНОВ,
генеральный директор Почты России:

— Задача Почты России — минимизировать сроки доставки. Для этого необходима отлаженная логистика и четкое взаимодействие Почты с перевозчиками. Сотрудничество с Российскими железными дорогами особенно важно для Почты России на дальнемагистральных маршрутах доставки, где железную дорогу не заменит ни автомобильный, ни авиационный транспорт.

Почтовый поезд — один из первых совместных проектов Почты и РЖД. Разумеется, мы нацелены на более плотное сотрудничество с Российскими железными дорогами, в том числе в направлении грузовых перевозок. Мы находимся на старте больших новых проектов.



Алексей СКАТИН,
заместитель генерального директора
Почты России:

— Раньше почтовые вагоны шли в составе пассажирских поездов, и технология выгрузки-погрузки почты зависела от расписания и времени стоянки на пассажирских станциях. С вводом специализированного почтового поезда мы сможем производить перецепки почтовых вагонов и в прямом, и в обратном направлениях, значительно ускоряя доставку почты по всем маршрутам.



Андрей БРИК,
директор Приморского филиала
Почты России:

— Доверие жителей России дает значительный импульс к развитию почтового сообщения. Регулярный почтовый состав обеспечит соблюдение внутрироссийских сроков перевозки почты по всему маршруту следования.

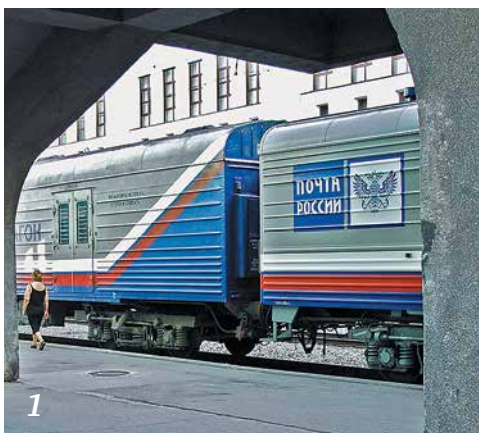
Москва



На фото:

1. Почтовый поезд на Казанском вокзале Москвы
2. Николай Никифоров, Анатолий Краснощек и Дмитрий Страшнов подписали одну из посылок, счастливый обладатель которой получил ее всего через 10 дней на другом конце страны! См. фото этого момента на стр. 28
3. Загрузка посылок
4. Поезд отправляется...
5. В путь!

Новосибирск



На фото:

- 1. Поезд в Новосибирске
- 2-3. Разгрузка и погрузка посылок
- 4. Здание вокзала



Иркутск



На фото:

1-3. Разгрузка
и погрузка
посылок

4. Вокзал
в Иркутске



Хабаровск



На фото:

1. Прибытие почтового поезда
- 2-5. Разгрузка и погрузка посылок

Владивосток



На фото:

1. Здание вокзала во Владивостоке
- 2-3. «Счастливая посылка» вручена адресату!
4. Разгрузка корреспонденции

Прибытие во Владивосток
на 10-й день

9149 км —
расстояние в одну сторону

70 Более
станций
для осуществления почтового обмена

ПО ВКЛЮЧЕННЫМ В СОСТАВ
ПОЕЗДА ВАГОНАМ ВРЕМЯ
ОБОРОТА НА МАРШРУТЕ
СОКРАЩАЕТСЯ В СРЕДНЕМ НА

20%

ПО СРАВНЕНИЮ С ТЕКУЩИМИ ПОКАЗАТЕЛЯМИ

Поезд состоит только
из почтовых вагонов:
в составе от 11 до 19
вагонов (в зависимости
от участка перевозки)

С вводом почтового поезда общее количество
железнодорожных маршрутов доставки почты
возросло до самого высокого в истории
Почты России значения —

131 маршрут

с 25 до 12,5%

ПОЗВОЛЯЕТ СОКРАТИТЬ ПОКАЗАТЕЛЬ ОТЦЕПОК
В ПОЧТОВО-БАГАЖНОМ СООБЩЕНИИ ВОЗМОЖНОСТЬ
ФОРМИРОВАНИЯ СОСТАВА ЗА СЧЕТ ПОЧТОВЫХ ВАГОНОВ

В поезд вклю-
чены почто-
вые вагоны
28 маршрутов
доставки, из
которых 6 явля-
ются новыми
для расписания
2014 года

СТАНЦИИ
ПРИЦЕПОК
ВАГОНОВ

В прямом
направлении:

Москва Казанская
Екатеринбург
Тюмень
Омск
Новосибирск
Красноярск
Сквородино
Белогорск
Хабаровск
Владивосток

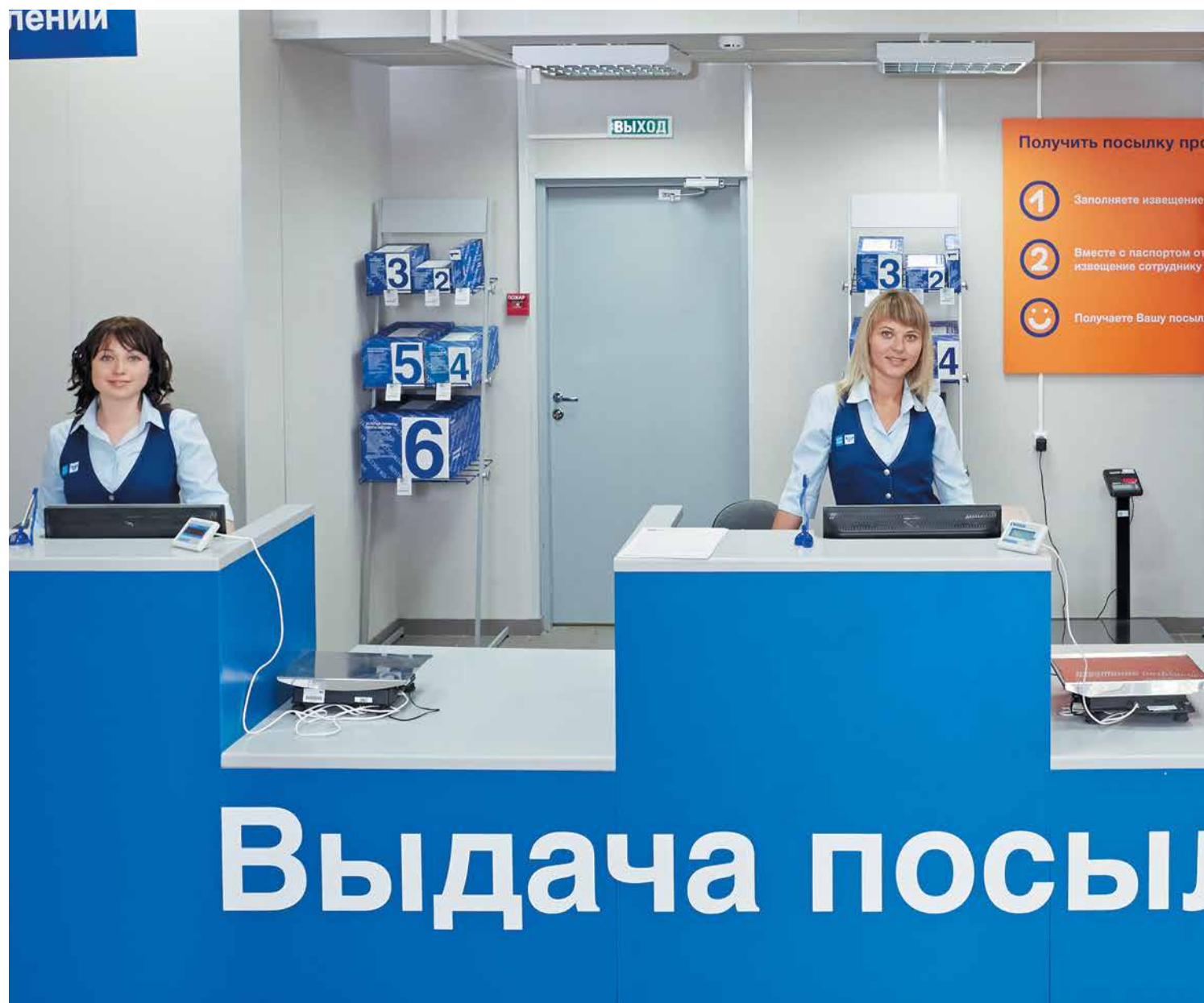
В обратном
направлении:

Владивосток
Хабаровск
Белогорск
Сквородино
Иркутск
Красноярск
Новосибирск
Омск
Тюмень
Москва Казанская

МАРШРУТ ПОЧТОВОГО
ПОЕЗДА*



* На карте отмечены только
крупные станции на пути
следования поезда.



Посылки из центра

Что такое отделение почтовой связи или почтамты, наверняка знает каждый человек. Теперь россиянам предстоит привыкнуть к новой почтовой аббревиатуре — ЦВП, центры выдачи посылок. О принципах их работы корреспонденты нашего журнала узнали на месте, посетив один из недавно открывшихся ЦВП в Москве.



1

КАКИЕ УСЛУГИ ОКАЗЫВАЮТ ЦВП

1. В ЦВП клиентам выдают следующие виды и категории регистрируемых почтовых отправлений:

- внутрироссийские посылки обыкновенные и ценные, в том числе с наложенным платежом, с описью вложения;
- бандероли с объявленной ценностью, с наложенным платежом, с описью вложения;
- международные посылки обыкновенные, с объявленной ценностью, кроме МПО с отметкой «Груз таможенный. С уведомлением»;
- мелкие пакеты;
- возвращенные РПО (если отправитель в качестве адреса возврата указал ЦВП).

2. Из ЦВП осуществляется доставка регистрируемых почтовых отправлений по заявке клиента через кол-центр Почты России.



2

Для начала немного истории. Хотя она у ЦВП пока совсем короткая. Первые три круглосуточных центра выдачи посылок были открыты в ноябре прошлого года в Санкт-Петербурге. Новый формат работы призван разгрузить почтовые отделения, ускорить процесс получения отправлений и тем самым улучшить имидж Почты России в целом.

Работа в тестовом режиме показала, что на получение посылок у клиентов уходит не более 2–3 минут, выдача посылки с наложенным платежом занимает 5–7 минут.

Каждый центр выдачи посылок представляет собой небольшой логистический центр. Объединив услугу выдачи посылок в одном месте, ЦВП обрабатывает объем отправлений, который ранее распределялся по нескольким отделениям почтовой связи.

В ближайшее время Почта России намерена открыть подобные центры в городах-миллионниках страны, в том числе 19 ЦВП в Москве. В этом году в столице начали работу три центра выдачи посылок, до конца года планируется открыть еще два.

«ВРЕМЯ ПОИСКА СОКРАЩАЕТСЯ В РАЗЫ»

Корреспонденты Почты России отправились в столичный центр выдачи посылок на улице Шаболовка, дом 69/32. ЦВП расположен в одном здании с почтовым отделением 115419, но имеет отдельный вход. В зону обслуживания центра входит еще два отделения почтовой связи — 115162 и 115093. Штат насчитывает девять операторов. ЦВП работает с 8:00 до 22:00, без перерыва и выходных. В дальнейшем планируется установить круглосуточный режим работы без перерыва на обед.

На фото:

1. В клиентском зале ЦВП посетителей встречают приветливые сотрудники

2. Поступившее в центр почтовое отправление регистрируется и сразу адресуется в конкретную ячейку склада с записью в информационной системе

В ЦВП все сделано для того, чтобы выдавать посылки клиентам как можно быстрее



Центр состоит из клиентского зала и четырех кладовых для поступающих посылок. В клиентском зале находится стойка выдачи, где посетителей встречают улыбчивые сотрудники. Ну а в роли нашего экскурсовода выступила Марина Дуденкова, руководитель Службы управления почтовой сетью Почты России.

«Если в обычных отделениях почтовой связи оказывают множество разнообразных услуг — оформляют подписку, выдают пенсии, принимают коммунальные платежи, продают прессу, то центры выдачи посылок занимаются только тем, что озвучено в их названии, — рассказывает Марина. — За счет такой специализации сокращаются очереди, и процесс обработки отправок ускоряется. В ЦВП все сделано для того, чтобы выдавать посылки клиентам как можно быстрее. Например, осуществляется адресное хранение посылки. Получатель приносит извещение, в котором указаны не только данные получателя, но и номер места на складе, где хранится посылка. Благодаря этому новшеству время поиска отправления сокращается в разы».





ОПОВЕЩЕНИЕ И ДОСТАВКА: ВЫБОР ЗА КЛИЕНТОМ

Заходим в складские помещения ЦВП. В одном зале складированы мелкие пакеты и бандероли, в другом — крупные международные посылки, в третьем — крупные внутренние. Четвертый зал — резервный. Поступившее в центр почтовое отправление регистрируется и сразу адресуется в конкретную ячейку склада с записью в информационной системе. Оператору достаточно лишь взглянуть на извещение, чтобы понять, в каком зале и на какой полке нужно искать отправление.

Есть три способа оповещения адресата о прибытии в ЦВП отправления на его имя: стандартное извещение по форме 22, телефонный звонок и SMS-сообщение. Выбрать форму оповещения может сам клиент, заполнив специальную анкету в центре выдачи посылок. Также эту услугу может заказать и отправитель, указав номер телефона получателя при оформлении посылки. Эти нововведения уже позволили Почте сократить возврат отправлений на 15%.

Чтобы получить посылку, клиенту достаточно предъявить документ, удостоверяющий личность и извещение. Кроме того, для удобства клиентов организована доставка посылок прямо до двери получателя. Чтобы заказать эту услугу, необходимо позвонить в кол-центр Почты России: его номер указан на извещении. Если позвонить до 12 часов, то посылку доставят в этот же день. УФПС г. Москвы рассчитало тариф за доставку одного почтового отправления — 400 рублей.

Работа ЦВП организована таким образом, чтобы обеспечить так называемый круговой маршрут клиента по принципу «пришел — получил — проверил — ушел». В результате клиенты не пересекаются и не мешают друг другу. Все просто, не правда ли?

Посылки хранятся в центре выдачи не более 30 суток. Если по истечении этого времени отправление окажется невостребованным, его отправляют по обратному адресу.

Если же во время движения посылки сменится адрес получателя, последний может обратиться в ЦВП с заявлением, и отправление будет перенаправлено по указанному адресу.

На фото:

1. Марина Дуденкова, руководитель Службы управления почтовой сетью Почты России
2. Клиент может самостоятельно выбрать форму оповещения, заполнив специальную анкету в центре выдачи посылок
3. В ЦВП много довольных клиентов
4. Одно из складских помещений

Работа ЦВП организована таким образом, чтобы обеспечить так называемый круговой маршрут клиента по принципу «пришел — получил — проверил — ушел»



1

ЦЕНТР ВЫДАЧИ
ПОСЫЛОК
НА ШАБОЛОВКЕ, 69/32
В ЦИФРАХ
Среднее количество
ежедневно
обрабатываемых
почтовых отправлений:

149

Общая площадь:

125 кв. м

Режим работы:
с 8:00 до 22:00,
без перерыва в выходные



*Наша главная задача — сделать получение посылки
легким и комфортным*



На фото:

1. На поиск почтового отправления у операторов ЦВП уходит минимум времени
2. В зону обслуживания ЦВП на Шаболовке, 69/32 входят три отделения почтовой связи
3. Сотрудники почты всегда приветливы с посетителями
4. Планируется, что в дальнейшем ЦВП будет обслуживать клиентов круглосуточно



Венди Джонс и Дмитрий Страшнов



Почта России и eBay: партнерство с огромным потенциалом

Национальный почтовый оператор и eBay, глобальный лидер интернет-торговли, заключили в Москве меморандум о взаимопонимании и сотрудничестве. Документ подписали генеральный директор Почты России Дмитрий Страшнов и вице-президент eBay Венди Джонс.



Г-жа Джонс отметила, что Россия вот уже несколько лет является приоритетным рынком для eBay. Ежегодно российские покупатели приобретают через eBay до 90 000 наименований товаров, главным образом из США, Великобритании и Германии. Одна из главных проблем для дальнейшего развития этого бизнеса — слишком большие сроки доставки. Только в тесном партнерстве с Почтой России компания может улучшить ситуацию. По словам Венди Джонс, сотрудничество с национальным почтовым оператором будет развиваться по трем основным направлениям. Во-первых, это разработка и внедрение программы поддержки внутренних продаж компании eBay в России. Отечественные продавцы получают доступ к электронным платформам партнеров eBay — компаний Beatix и CNS. Такая программа появится уже в сентябре текущего года.

Во-вторых, это интеграция информационных систем eBay и Почты России. eBay намерен предоставлять почтовикам исчерпывающую информацию по каждой посылке, заказанной на интернет-аукционе и отправленной в Россию, что позволит оптимизировать систему регистрации, сократить время растаможивания и в конечном итоге в целом сократить срок доставки товара получателям.

В-третьих, это масштабный проект ePacket, призванный сократить сроки доставки товаров, заказанных на eBay. Речь идет о почтовом сервисе, разработанном eBay совместно с Почтой Китая для ускорения почтового обмена между КНР, США, Великобританией и Австралией. Сервис уже зарекомендовал себя с наилучшей стороны. Проект стартовал 1 августа и пока ориенти-

СПРАВКА

eBay Inc. — американская компания, предоставляющая услуги в областях интернет-аукционов, интернет-магазинов, мгновенных платежей. Создана в 1995 году в Сан-Хосе (штат Калифорния) программистом Пьером Омильяром. Свое нынешнее название компания обрела в 1997 году. В июне 2012 года открылось представительство компании в России. Основной идеей eBay является предоставление продавцам интернет-платформы для продажи любых товаров.

рован главным образом на доставку отправок из Китая.

«Мы очень рады этому партнерству, — заявила г-жа Джонс. — Мы видим в нем огромный потенциал. Но еще больше нас радует возможность повысить качество услуг для наших российских пользователей».

В свою очередь Дмитрий Страшнов отметил, что поддержка и обеспечение электронной торговли, в том числе с другими странами, — одно из ключевых направлений стратегии Почты России: «Возможность работать с ведущими игроками рынка крайне важна для нас как с финансовой, так и с имиджевой точек зрения. Мы предлагаем свой сервис потребителям и хотим на нем зарабатывать. Но чтобы зарабатывать, нам нужно постоянно работать над эффективностью. Безусловно, компания eBay — один из таких ключевых игроков. Сотрудничество с ней позволит Почте России не только качественно улучшить наши услуги внутри страны, но и выйти на международный уровень, составив конкуренцию крупнейшим операторам трансграничной торговли».

КОММЕНТАРИИ



Дмитрий СТРАШНОВ, генеральный директор Почты России:

— По нашим прогнозам, объемы международной электронной торговли будут удваиваться ежегодно на протяжении как минимум ближайших пяти лет. Разумеется, мы не можем оставаться в стороне от этого процесса. Более того, мы стремимся формировать этот процесс, влиять на его динамику, потому что он затрагивает интересы миллионов наших потребителей. Почте России совместно с нашими партнерами, в том числе с компанией eBay, предстоит сделать ряд серьезных шагов по улучшению качества обслуживания клиентов. Так, к осени этого года мы планируем снизить скорость доставки с площадки eBay по Москве до одного дня. Также мы рассчитываем всерьез заявить о себе в качестве крупного игрока международного товарного обмена. Сегодня уже прозвучала тема торговли между Россией и Китаем, но для нас это лишь первая ласточка. В дальнейшем мы намерены освоить и другие направления. Отмечу, что меморандум о сотрудничестве с компанией eBay — крайне важный, знаковый для Почты России документ. Надеюсь, что в ближайшее время наши потребители смогут на себе ощутить его эффективность.



Венди ДЖОНС, вице-президент eBay:

— По данным на 2012 год, общий объем продаж, осуществленных мерчантами eBay в России, составил 425 млн долларов, а количество наших клиентов в России приблизилось к 1 млн человек. Наши продажи на тот момент прибавляли по 45% ежегодно. К сожалению, по определенным причинам не могу поделиться с вами более свежими данными, но отмечу, что все позитивные тенденции сохраняются. Более того, темпы роста нашего бизнеса в России постоянно растут. В частности, российский трафик на сайте eBay — самый быстрорастущий, поэтому мы считаем вашу страну приоритетным направлением развития бизнеса нашей компании. Один из главных драйверов роста — это сотрудничество с местными российскими продавцами. Мы хотим привлечь к сотрудничеству как мерчантов, уже торгующих в режиме онлайн через другие интернет-площадки, так и предпринимателей, работающих в офлайне. Мы рассчитываем, что российские продавцы по достоинству оценят преимущества платформы eBay и наши партнерские программы, в частности, тесное сотрудничество с Почтой России. Кроме того, eBay может предложить уникальные возможности выхода на глобальный рынок и торговли со всеми странами присутствия нашей компании. Что касается тех товаров, которые могут предложить покупателям российские продавцы, то, на мой взгляд, их ассортимент достаточно велик. Это и электроника, и домашняя утварь, и одежда — словом, все самые популярные на eBay товарные группы.

Оптимизация + технологии = экономический эффект

В нашей новой рубрике мы предоставляем слово руководителям филиалов Почты России. Они будут рассказывать о новых решениях и технологиях, ноу-хау, которые помогают их предприятиям успешно решать стоящие перед ними задачи, повышать доходность филиалов и производительность труда, улучшать сервис, расширять ассортимент услуг, одним словом, создавать Почту нового поколения. Открывает цикл публикаций материал Виктора Горбаенко (на фото), который в августе этого года отметил 10-летний юбилей работы на посту директора Ростовского филиала Почты России.



Фондооснащенность, фондовооруженность, фондоотдача — давно известные основополагающие термины. Из них складывается (или не складывается) финансовый результат, который, в свою очередь,

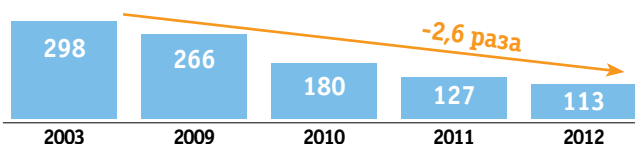
определяет инвестиционную способность к проведению необходимых шагов по модернизации производственных процессов и фондов, технологий и автоматизаций бизнес-процессов.

Эти ключевые параметры обязательно должны быть рассмотрены и исследованы в каждом ОСП, каждом филиале для обеспечения достоверности прогнозов формирования и планирования на всех уровнях деятельности бизнес-единиц.

Начиная с оптимизации организационно-штатной структуры, мы добиваемся:

- Единой системы управляемости через единое штатное расписание
- Обеспечения достаточности охвата управленцев и основной категории работающих для выполнения задач на территории и взаимодействия с АУП
- Достижения конкурентоспособности и темпов роста

КОЛИЧЕСТВО НЕРЕНТАБЕЛЬНЫХ ОТДЕЛЕНИЙ ПОЧТОВОЙ СВЯЗИ УФС РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

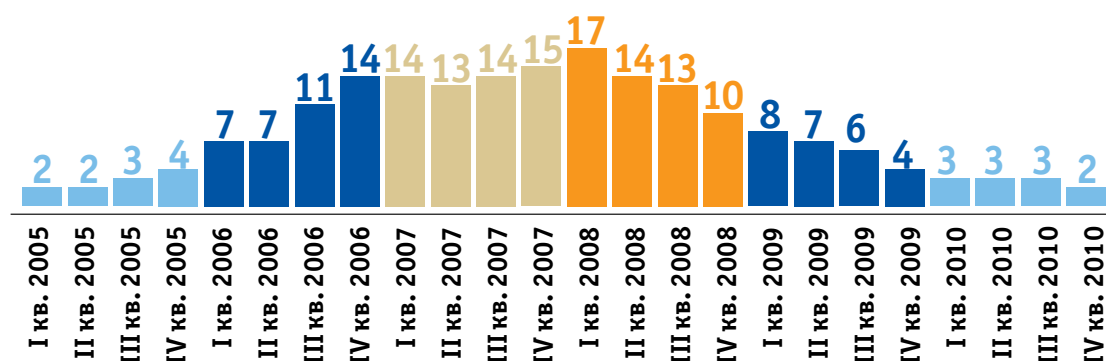


- Достижения положительной динамики экономической эффективности
- Сокращения числа убыточных ОПС.

У нас в Ростовском филиале данные показатели достигнуты путем планомерной работы по переоснащению рабочих мест операторов, заменены все ПКТ, установлены в ОПС локально-вычислительные сети, установлены в ОПС отдельные серверы, пересмотрены режимы работы и классность ОПС в соответствии с загрузкой на протяжении недели; обеспеченность ОПС высокоскоростными каналами связи составляет 99%, повысилась достоверность оперативного учета по всем контролируемым показателям.

Филиал имеет устойчивую тенденцию роста прибыли и в 2014 году обеспечит ее увеличение в 3,8 раза.

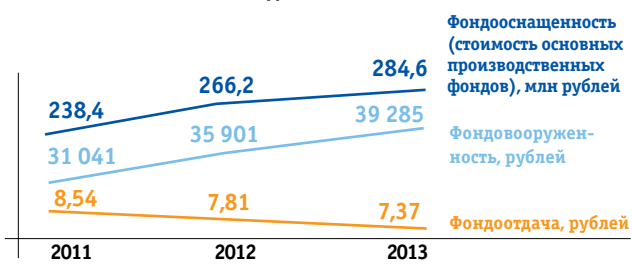
ЛИЗИНГОВЫЕ ПЛАТЕЖИ УФС РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ В 2005–2010 ГОДАХ (МЛН РУБЛЕЙ)



**РОСТ ПРИБЫЛИ УФПС РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ
В 2010–2014 ГОДАХ (МЛН РУБЛЕЙ)**



**ФОНДОВОООРУЖЕННОСТЬ, ФОНДООТДАЧА УФПС РОСТОВСКОЙ
ОБЛАСТИ В 2011–2013 ГОДАХ**



В нашем филиале это стало возможным после разработки и внедрения двух новых сетевых программных продуктов: PostPay и PostControl.

POSTPAY: ОПЕРАТИВНО И ЭФФЕКТИВНО

Почтовая платежная система PostPay (далее — ППС PostPay) была запущена во всех отделениях почтовой связи УФПС Ростовской области. С октября 2013 года идет промышленная эксплуатация указанной информационной системы.

Анализ эффективности внедрения в Волгодонском почтамте показал увеличение количества квитанций в 2,5 раза и увеличение сумм собираемых платежей в 1,5 раза.

Информационная система ППС PostPay во всех отделениях почтовой связи предоставляет следующие преимущества.

Для поставщиков услуг:

- Оперативное получение в электронном формате информации о принятых платежах для загрузки в базы данных
- Сокращение срока перечисления денежных средств за принятые платежи
- Оперативное информирование контрагентов о платежах, принятых в их адрес посредством подключения личных кабинетов в онлайн-режиме
- Исключение необходимости передачи контрагентам извещений о принятых платежах на бумажных носителях.

Для клиентов:

- Сократить время обслуживания в отделениях почтовой связи, что особенно важно в дни пиковой нагрузки приема платежей за счет сокращения времени приема платежа в операционном окне до 10–15 секунд
- Оплатить по принципу экстерриториальности
- Возможность оплаты без квитанции
- Возможность оплаты через терминалы самообслуживания.

Для сотрудников отделений почтовой связи и почтамтов:

- Ускоренный поиск информации о клиенте не только при приеме платежей с электронным документооборотом, но и за счет накопления базы данных плательщиков при приеме платежей без электронного документооборота
- Обеспечение автоматического перехода онлайн-/офлайн-/онлайн-режимов при кратковременных сбоях Интернета в каналах связи
- Осуществление считывания штрихкода, имеющегося на квитанциях плательщиков
- Сокращение времени обработки и контроля принятых платежей в отделениях почтовой связи и почтамтах.

Почтовая платежная система PostPay зарекомендовала себя как соответствующая современным технологиям приема и обработки платежей.

POSTCONTROL:

В РЕЖИМЕ РЕАЛЬНОГО ВРЕМЕНИ

При проведении совещания с участием Министерства информационных технологий и связи Ростовской области по вопросу тиражирования PostPay на всей территории региона министр Герман Лопаткин сформулировал техзадание и дал поручение по разработке программного обеспечения, которое позволит осуществлять контроль в режиме реального времени за работоспособностью всех 1538 почтово-кассовых терминалов, установленных в 1121 ОПС.

Основной задачей данного проекта является определение случаев неисправности и простоя оборудования путем контроля на уровне ОПС — ОСП — УФПС, которые ежедневно в начале рабочего дня формируют сводку по состоянию АРМ.

Внедрение данного продукта позволит:

- осуществлять оперативный контроль за состоянием почтово-кассовых терминалов в сети ОПС;
- значительно сократить время реагирования ЦРТ «Сервис» на выход оборудования из строя для своевременной замены;
- мониторить процесс удаленного обновления версий установленных программных продуктов;
- формировать финансовые отчеты в режиме реального времени.

Программное обеспечение опробовано на сети отделений почтовой связи Ростовской области, подтверждена способность сократить трудозатраты на проведение технологических операций, а также интегрироваться в другие информационные системы («1С:Бухгалтерия», Единая система казначейских операций и т. д.).

Приведенные позитивные примеры внедрения двух новых программных продуктов, практически без затрат на фондооснащенность, позволят в значительной степени повысить уровень фондоотдачи за счет более эффективного использования технологически правильной оснащённости сети ПКТ «искусственным интеллектом».

Мировой тренд: на волне онлайна

Доставка посылок
из интернет-
магазинов —
спасение для
многих почтовых
операторов



За последние несколько лет рост посылочного бизнеса, во многом обязанный электронной коммерции, превратился в настоящую палочку-выручалочку для почтовых операторов. Многим компаниям удалось нарастить объемы обработки посылок так, чтобы полностью покрыть потери от непрерывно сокращающихся объемов письменной корреспонденции. Секреты успеха у операторов, показывающих позитивную динамику, схожи: развитие мощного посылочного подразделения, партнерство с ретейлерами и перевозчиками, а также оптимизация менее перспективных сервисов. В нашем обзоре мы рассматриваем успешный опыт зарубежных почтовых администраций в сфере посылочного бизнеса, который берет на вооружение и Почта России.

ТАИЛАНД: РАСТИ ВМЕСТЕ С СОСЕДЯМИ

Азиатский регион в течение последних лет принято воспринимать как источник роста по всем экономическим направлениям. Не стала исключением и интернет-торговля. Согласно недавнему исследованию UBS, в ближайшие шесть лет рынок электронной коммерции в Юго-Восточной Азии достигнет объема в 35 млрд долларов.

Оказалось, что в регионе АСЕАН число пользователей Всемирной сети растет еще быстрее, чем считалось. Если раньше эксперты уверяли, что в Юго-Восточной Азии всего 62 млн активных интернет-пользователей, то теперь выяснилось, что их не менее 200 млн человек.

Охватывать этот потенциал, не уступая своей доли рынка транснациональным логистическим компаниям, почтовые службы планируют общими усилиями. В августе этого года Thailand Post объявила, что совместно с коллегами из ряда стран намерена запустить доставку по единой цене на территории 10 стран — участниц АСЕАН, включая Сингапур, Камбоджу, Индонезию, Вьетнам и Филиппины. Услуга получила название ASEAN-one-price-service.

«Мы уже подписали соглашения с этими странами, но необходимо дождаться почтовой конференции АСЕАН в декабре, чтобы проработать детали и план действий», — сообщила президент Почты Таиланда Анусара Читтмиттрапап.

В прошлом году Thailand Post получила самую высокую с момента приватизации, проведенной более 10 лет назад, выручку. Доставка посылок и сопутствующий бизнес занимают уже 43% в общем доходе оператора и, как ожидается, в ближайшем будущем эти цифры увеличатся. «Несмотря на политические потрясения, почтовый и логистический бизнес не пострадал, — констатировала минувшим летом г-жа Читтмиттрапап. — Напротив, он вырос в связи с общим ростом электронной коммерции в стране».

Глава Почты Таиланда заявила также, что в текущем году оператор ожидает доход в размере около 20 млрд тайских батов (более 600 млн долларов), причем рост по сравнению с предыдущим годом будет обеспечен именно за счет увеличения объемов обслуживания электронной коммерции. Для радужных прогнозов есть все предпосылки: если в 2012 году Thailand Post доставила 82 млн посылок, то в прошлом году их было уже 91 млн.

Эта услуга непрерывно совершенствуется. В феврале оператор начал обслуживать своих клиентов в круглосуточном режиме. Проект под названием Easy Pak предполагал установку пунктов для выдачи посылок в магазинах 7-Eleven. Затем Почта Таиланда совместно с авиакомпанией AirAsia создала экспериментальный сервис EMS SuperSpeed, обеспечивающий экспресс-доставку в течение 24 часов.



Почта Таиланда в аэропорту

А чтобы закрепить свои позиции, пояснила г-жа Читтмиттрапап, в ближайшее время планируется открыть подразделение, специализирующееся на логистике и других сервисах для корпоративных клиентов.

АВСТРАЛИЯ: «ЗВЕЗДНЫЙ ПУТЬ» К РЕФОРМЕ

Задача обеспечить качество и скорость на большой и местами крайне малонаселенной территории актуальна и для Почты Австралии. Как и проблема сокращения сегмента традиционных услуг, компенсировать который оператору удастся во многом именно за счет доставки отправок из интернет-магазинов.

«Дальновидные ретейлеры последовали за потребителями и перешли к торговле онлайн, — констатировал, выступая перед представителями бизнеса в Австралийско-Израильской торговой палате, глава Australia Post Ахмед Фахур. — Мы в свою очередь обеспечиваем доставку для большинства таких электронных коммерческих площадок. Фактически 70% от всего объема обрабатываемых посылок приходится на интернет-операции. Недавний бум онлайн-шопинга привел к росту объемов внутренних посылок на 39% за последние четыре года. Одновременно мы нарастили объем дохода от посылочного бизнеса со 170 млн долларов в 2010 году до более чем 300 млн на текущий момент».



Star Track Express — на службе у почты

Через некоторое время после начала упомянутого роста Почта Австралии озаботилась наращиванием соответствующих экономической ситуации активов. Так, в 2012 году она выкупила 50-процентную долю в логистической компании Star Track Express, которую почти за 10 лет до этого приобретала на паритетных началах с партнерами из компании Qantas. К моменту второй сделки Star Track Express владела автоматизированными сортировочными центрами на восточном побережье Австралии, а также хранилищами в большинстве крупных городов и более чем 3000 единиц транспорта.

Аналитики отмечали, что сделка подтвердила стремление национального оператора сфокусироваться на посылочных услугах. В конце минув-

шей весны роль приобретенного актива окончательно проявилась. Почта объявила о запуске полномасштабного ребрендинга. Под эгидой Star Track Express было решено объединить не только посылочный бизнес, но также экспресс-услуги для корпоративных клиентов и поддержку онлайн-коммерции. В подразделение вошел сервис под названием Messenger Post Carriers, обеспечивающий доставку потребителям в день отправки; его переименовали в Star Track Courier.

С организационной точки зрения объединение бизнес-единиц означает сокращение примерно 900 управленческих, административных и прочих позиций в течение года. Как ни трудно было согласиться с этим, другого выхода нет, уверяет оператор. Ведь за последние пять лет падение объемов письменной корреспонденции составило около 30% от объема.

«Опираясь на зарубежный опыт, можно ожидать, что снижение объемов писем ускорится до 8–12% в ближайшие годы», — цитирует генерального директора пресс-служба Australia Post.

По словам г-на Фахура, сегодня впервые потери в сегменте корреспонденции стали перекрывать прибыли от посылочного бизнеса. И без реформирования почтовых сервисов, которое включает в себя оптимизацию, потери в обозримом будущем могли бы достичь миллиарда долларов.

Однако сокращать сеть отделений в этой связи не планируется, заверяет руководство. Более того, в дополнение к существующим офисам были

Австралийских почтовиков ждет полномасштабный ребрендинг





открыты 700 автоматических пунктов выдачи посылок, в том числе с продленными часами работы. Также в мае почтовая группа объявила о переходе на шестидневный режим доставки отправок — в расчете все на те же посылки из онлайн-магазинов.

Прогнозы, сделанные конкурентами из логистического австралийского гиганта Toll Group, подтверждают правильность выбранного направления. По словам управляющего директора компании Брайана Крюгера, местный рынок онлайн-коммерции имеет громадный потенциал, так как пока уровень проникновения электронного ретейла на австралийский рынок относительно невысок. Причем Почта Австралии фактически выступает монополистом, добавляет Крюгер. И, как следует из заявлений самого оператора, постарается сохранить свою роль.

ИТАЛИЯ: ДОСТАВКА ПОД КЛЮЧ

Пришедший с небольшой задержкой в Австралию бум онлайн-коммерции и, соответственно, посылок уже давно отметили во многих европейских странах, в том числе в Италии. За первые шесть месяцев 2014 года жители страны сделали 100 млн покупок в Интернете, то есть на четверть больше прошлогодних показателей за тот же период, говорится в исследовании Netcomm. Эксперты насчитали более 21 млн итальянцев, которые хоть раз в жизни делали покупки онлайн.



Все это позволяет рассчитывать на 200 млн покупок по итогам текущего года, отмечается в экспертных материалах.

Poste Italiane старается идти в ногу со временем

В отличие от австралийских коллег Poste Italiane не может похвастаться близким к монопольному положением: на рынке давно и крайне активно работают как европейские, так и мировые логистические компании и почтовые операторы. Для привлечения многочисленных ретейлеров итальянская почта запустила проект Postee-Commerce, который позволяет привлекать миллионы покупателей как в Италии, так и по всему миру. В зависимости от масштабов бизнеса оператор предлагает продавцам различные варианты — от готовых к использованию схем для малого бизнеса до индивидуальных решений, включающих технологическую интеграцию с потенциальным партнером. Доставку



Италия: государственный почтовый оператор поддерживает национальную авиакомпанию

с помощью оператора можно организовать под ключ, включая создание интернет-сайта и каталога для покупателей, а также увязку всех этих механизмов с платежными и, разумеется, логистическими сервисами.

Poste Italiane, кроме того, объявила о намерении инвестировать около 70 млн долларов в терпящую убытки авиакомпанию Alitalia. Такая поддержка со стороны государственного оператора стала частью сделки по подготовке итальянского перевозчика к слиянию с Etihad из Абу-Даби. Однако кроме «спасительной» миссии есть у почтового оператора и свой интерес к этому приобретению. Как заявили в Poste Italiane, компания рассчитывает «достичь ощутимой промышленной и коммерческой синергии на рынке». Причем участие в авиаактиве полностью соответствует бизнес-плану оператора, подчеркивают почтовики. В частности, как отмечалось на

встрече представителей Etihad со стейкхолдерами Alitalia, представляющими итальянскую почту, упомянутая синергия подразумевает сотрудничество в сфере продажи билетов и, главное, поддержку электронной коммерции.

НОРВЕГИЯ: ПЛАН ПО ЗАМЕНЕ ПИСЕМ

Посылочный бизнес выручает многих почтовых операторов. Но опыт тех везучиков, к которым отраслевой бум пришел раньше других, показывает: даже самая востребованная услуга не может вечно служить подпоркой для всей компании. Во всяком случае, чтобы сохранить достигнутые объемы обработки, требуются недюжинные усилия.

Яркий тому пример — ситуация в Posten Norge AS. К 2012 году на письма весом до 50 граммов, которые оператор доставляет на правах государственного монополиста, приходилось уже не более 15% выручки. Письма и логистика в сумме генерировали примерно 58% дохода: компания доставила примерно 37,3 млн посылок и чуть более 2,2 млн писем. К ужасу управленцев и чиновников, в третьем квартале 2012 года объемы доставки посылок пошли вниз. Спасательный круг почты сдулся, мгновенно решили аналитики.

И все же отчаиваться было рано: логистический сегмент в целом продолжит расти, говорилось во всех без исключения экспертных прогнозах. Основанием для оптимизма послужила, опять же, электронная коммерция. Высокое проникновение Интернета привело к тому, что в скандинавских странах объем рынка онлайн-торговли

В Норвегии на долю писем приходится 15% выручки





Posten Norge AS открывает почтовые отделения в режиме аутсорсинга

достиг около 1 млрд шведских крон, подсчитали в прошлом году в датской компании PostNord, представившей исследование по региону.

Почтовому оператору оставалось лишь добиться того, чтобы наблюдаемый и ожидаемый рост приходился на его долю, а не доставался независимым частным компаниям.

Преодолеть возникшие негативные тенденции была призвана очередная реорганизация, опять же, с акцентом на развитие посыльных и логистических сервисов. Все они были предварительно сосредоточены в рамках созданного норвежской почтой бренда Bring. Подразделение ориентировано на доставку по всей Скандинавии не только почтовых отправлений, но также самых различных товаров и продуктов питания.

В своем регионе это четвертая по объемам компания в сфере логистики и вторая — в почтовой отрасли. Как отмечается в годовом отчете Posten Norge AS, численность штатных сотрудников уменьшена почти на 1,2 тыс. человек по сравнению с 2013 годом. Сокращения связаны не только с оптимизацией сети отделений, но и с переводом сотрудников в одно из подразделений Bring.

Упомянутая оптимизация, к слову, не означает механического сокращения сети. В 2013–2014 годах, заявлял оператор, будут открыты 170 почтовых отделений в режиме аутсорсинга. Почтовые пункты продолжают появляться во всех крупнейших сетях супермаркетов.

Ранее на аутсорсинг было передано более 700 почтовых отделений. К окончанию процесса

оптимизации розничная сеть Posten Norge AS, как ожидается, будет включать 30 почтовых офисов, а также 1400 отделений на партнерских площадках. В общей сложности в сеть войдет около 3000 пунктов клиентского обслуживания различных форматов. Все это — часть далеко идущего плана, в рамках которого перспективные сегменты станут основой бизнеса, заменив собой традиционные почтовые потоки.

«В период до 2016 года Posten Norge AS намерена сосредоточиться на развитии деливерингового ядра бизнеса, в первую очередь — на наращивании сотрудничества с компаниями электронной торговли и выстраивании логистической инфраструктуры на территории всего скандинавского региона», — отмечает почтовый оператор.

Опыт Почты Норвегии, не прекращающей целенаправленно развивать свой посыльный бизнес, показателен для большинства операторов. Несмотря на то что компания раньше многих других коллег освоила коммерчески интересные сегменты, она вынуждена постоянно прикладывать усилия для поддержания собственной доли на конкурентном рынке. И для этого недостаточно отдельных мероприятий, даже таких востребованных, как установка круглосуточных постаматов или обеспечение курьерской доставки «день в день». Для процветания в текущих условиях план действий должен быть комплексным и, судя по наиболее успешным примерам, в обязательном порядке включать взаимодействие с онлайн-ритейлом.

Текст: Юлия Макарова

МОСКОВСКИЙ



ПОЧТАМТЪ.



1

Эволюция посылки в России

Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона утверждает, что российская почта стала принимать посылки — «нетяжеловесные вещи, заделанные в тюки и ящики» — в 1746 году. Ходили посылки в то время только между Петербургом и Москвой, весили не более полпуда (восемь килограммов) «с платой весовых денег по деньге за золотник». То есть по полкопейки за четыре грамма.



2

В начале XX века, который стал периодом бурного развития посыльного дела на отечественной почте, через почтовые станции и отделения Российской империи проходило порядка девяти млн посылок. Вся почтовая корреспонденция делилась на простую и страховую. Посылки без цены относились

к простой корреспонденции, ценные, соответственно, — к страховой. Размер страхового сбора равнялся половине процента с объявленной ценности.

Международные посылки были также нескольких типов — ценные и без цены, а также маловесные посылки. Предельный вес посылки, как ценной, так и без цены, был определен в три пуда (48 килограммов), а максимальная ценность — в 20 000 рублей.

Такса за пересылку посылок составляла пять коп. с фунта (400 граммов) за первые 500 верст и 10 копеек — за каждую дальнейшую тысячу (или часть тысячи) и не могла быть меньше 20 копеек за отдельную посылку. В пересчете на современные деньги отправка посылки с пятью банками варенья из Царицына в Москву весом два килограмма стоила примерно 750 рублей. Прямо скажем, драгоценное получалось варенье!

На фото:

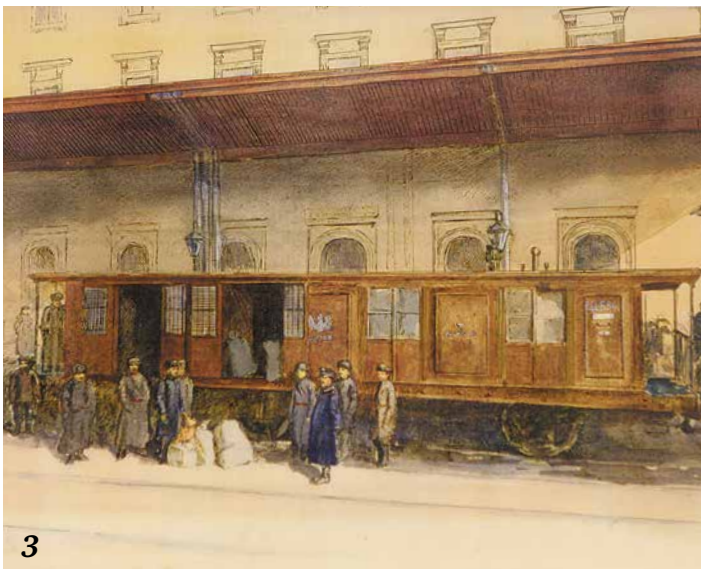
1. Экспедиция приема посылок. Фото начала XX века

2. Посылка 1857 года, отправленная из Риги в Красноярск. Вес посылки — 5 фунтов, наложенный платеж — 6 рублей 19 копеек

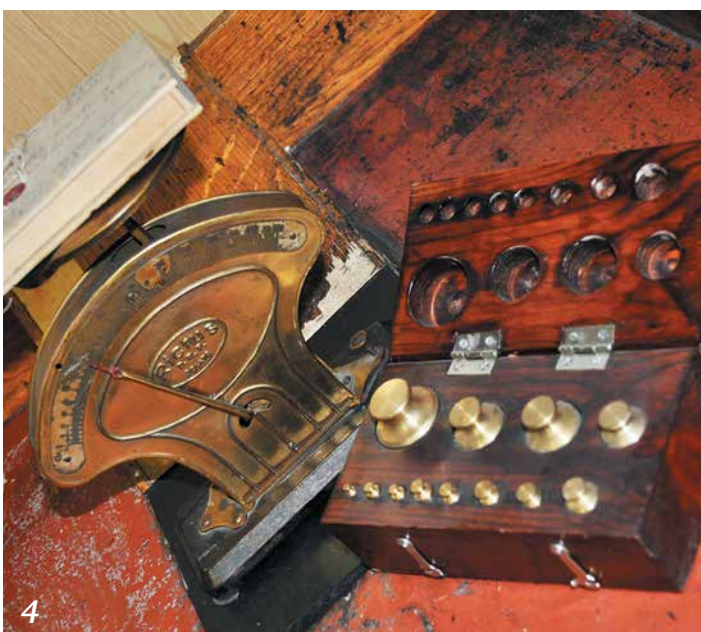
3. Отправка почтового вагона. Открытка середины XIX века

4. Весы для взвешивания почтовых отправлений и набор гирек-разновесов начала XX века

5. Почтальон. Фото 1913 года



3



4



5

«ЗОЛОТОЙ ВЕК» ПОСЫЛОК

Судя по фото из архива Московского почтамта, на котором запечатлен иностранный отдел экспедиции выдачи посылок начала XX века, облик (и, возможно, содержание) посылок за последние 100 лет практически не изменился: те же ящики и коробки. Только раньше они обшивались мешковиной, а сегодня оклеиваются пластиковой лентой. А вот методы сортировки и доставки почтовых отправок менялись коренным образом вместе с ходом научно-технического прогресса.

Например, в 1909 году в конюшнях Моспочтамта на бывшем Демидовом дворе содержали 134 лошади (всего на Российской почте «служили» тогда 86 тысяч лошадей). 32 лошади (четверть трафика) возили посылки, остальные — письма. Лошадьми управляли 138 ямщиков. Для сравнения: 80 лет спустя в штате автобазы Моспочтамта числились уже две с половиной тысячи сотрудников, а гараж насчитывал 1178 автомобилей, которые за год перевозили до 100 тыс. посылок.

В первые годы после Октябрьской революции почта в нашей стране переживала сильный упадок. Вадим Подбельский, народный комиссар почты и телеграфа РСФСР, писал: «Без преувеличения можно сказать, что временами почтово-телеграфное ведомство являло собой картину наиболее дезорганизованной отрасли всего хозяйственно-административного аппарата Советской Республики». Тем не менее почтовики сумели достаточно быстро исправить ситуацию, и уже в 1919–1920 годах в Москву из провинции пошел поток продовольственных посылок. Что же касается Подбельского, то революционная судьба, увы, не была к нему благосклонна. Как пишет Алексей Гудзь-Марков в исследовании «История российской почты. 300 лет Московскому почтамту. 1711–2011», на одном из субботников, лично

разгружая вагон с посылками, Подбельский повредил ногу. Рану вовремя не обработали, и комиссар умер от заражения крови.

В конце 1919 года в Советской России началось формирование войск связи, подчиненных Управлению связи Красной армии. Главные полевые почтовые конторы были образованы в Москве, Петрограде и при штабах фронтов. Адресованную красноармейцам корреспонденцию передавали на бронепоезда, отрядам самокатчиков и в иные подвижные части, после чего она оказывалась на прифронтовых почтовых станциях. Всего в 1919–1921 годах в действующую Красную армию было направлено более 300 млн писем и двух млн посылок.

Можно сказать, что «золотой век» посылки в нашей стране наступил именно в советское время, поскольку услуги почты были относительно недорогими, а потребность в обмене продуктами и товарами — высокой. Шутка ли, в 1940 году только Моспочтамт принял и отправил 2 млн 412 тыс. посылок!

ХИМИЧЕСКИЙ КАРАНДАШ И ПЕНЬКОВЫЕ ВЕРЕВКИ

Постановление СНК и ЦК ВКП(б) от 3 октября 1939 года «О почтовых посылках» установило предельный вес для данного вида почтовых отправок в восемь килограммов, за исключением посылок с кинолентой, для которых был сохранен предельный вес в 20 килограммов. Это же постановление не допускало приема более двух посылок в месяц на один и тот же адрес. По существующим на тот момент тарифам, нашу посылку с вареньем из Сталинграда в Москву мы могли бы отправить всего за шесть рублей (в нынешних ценах это 160–170 рублей).

«Носильные» и мягкие вещи можно было отправлять в посылках-тюках. Вещи клали в мешок, утрамбовывали и зашивали в светлую плотную ткань. Прямо на ткани специальным химическим карандашом писался адрес. Такую надпись практически нельзя было стереть.

Но основной тарой для пересылки служили ящики, изготовленные из фанеры или оргалита, укрепленного по углам деревянными «штапиками». При этом сама почта тару не изготавливала. Этим занимались специальные артели или частные мастера, продававшие ящики почтовому ведомству. Часто ящики делали сами отправители. После того как содержимое посылки было уложено, ящик закрывали крышкой и приколачивали ее гвоздями. Получателю нужно было серьезно потрудиться, чтобы открыть такую посылку! В целях экономии ящики и посылочные мешки использовались многократно. Ушлые люди, часто обменивающиеся посылками, даже адреса на крышках писали с двух сторон: крышка приколачивалась в зависимости от того, по какому адресу отправлялась посылка.





2



4



3



5

На фото:

1. Письма и посылки для пограничников заставы «Нижне-Михайловка» на острове Даманский

2. В СССР посылки были очень популярны

3. Стандартная фанерная посылка и миниатюрная международная посылка. 80-е годы XX века

4. Москва. 1954 год. Конвейеры для посылок и бандеролей

5. А так сегодня выглядят посылочные ящики Почты России

Для пущей сохранности содержимого ящик или мешок обвязывали на почте крест-накрест пеньковой веревкой, концы которой пришьем-пелевывались сургучными печатями. Однако это не всегда помогало, и посылки нередко не доходили до адресатов. В 1932 году ЦИК и СНК СССР выпустили специальное постановление «Об усилении борьбы с хищениями и пропажей почтовых отправок». Документ предлагал правительствам союзных республик «установить более суровую ответственность за хищения и пропажу почтовых отправок, а также обеспечить привлечение к уголовной ответственности всех, совершающих подобного рода преступления, и быстрое рассмотрение судом дел о таких преступлениях».

ПОСЫЛКИ С СЮРПРИЗОМ

Из художественной литературы и воспоминаний мы знаем, что без посылок не обходились люди на фронте и в местах лишения свободы. В мирное время родственники с юга СССР, где у многих были свои частные хозяйства, посылали в северные регионы овощи и фрукты, вяленую рыбу и мясо, банки с вареньем и прочими заготовками и даже... живую птицу. Обратили

или различные дефицитные товары промышленного производства, так как на Севере, в Москве и Ленинграде было больше заводов, да и снабжение развито лучше.

«Как мы ждали посылки в армии — кусочек дома с мамиными пирожками, соленьями и водкой на день рождения, замаскированной в банке со сгущенным молоком, — словами не передать! — вспоминает пользователь Интернета Андрей. — Чтобы снять с банки этикетку, ее отмачивали в теплой воде. Затем в банке делались два маленьких отверстия, через которые сначала «выдувалась» сгущенка, а потом шприцем заливалось спиртное. Затем отверстия аккуратно запаивались и полировались наждачной бумагой, после чего ранее снятая этикетка возвращалась на место. Это было ноу-хау моего старшего брата».

И пусть подобные ухищрения нынче не актуальны, можно смело сказать, что посылочный бизнес переживает очередной подъем. Благодаря появлению Интернета, удаленной торговли он наряду с новыми финансовыми сервисами может стать драйвером развития почты в XXI веке.

Текст: Андрей Привалов

В финале — только лучшие!



1

День российской почты в этом году традиционно стал ярким и искренним праздником единения почтовиков. Особое место среди торжественных мероприятий занял финал Всероссийского конкурса профессионального мастерства «Лучший почтальон — 2014». На звание лучшего из лучших в самой почтовой специальности претендовали восемь победителей регионального и окружного этапов конкурса (мы подробно рассказали о них в предыдущем номере нашего журнала). Финалисты устроили в Москве настоящий мастер-класс. Коллеги, заполнившие большой конференц-зал главного здания Почты России на Варшавском шоссе, в том числе руководители предприятия и отрасли связи, высоко оценили их профессиональные качества, креативность и преданность профессии. Победителем в этот вечер себя чувствовал каждый!



На фото:

1. На сцене — представитель Курганского филиала Анжела Володина (слева)
2. Финалистка из Амурского филиала Марина Потапова и ее колоритный «клиент-художник»
3. Ольга Верхоланцева (справа) из Иркутского филиала в итоге заняла второе место в конкурсе
4. Задание выполняет будущий третий призёр конкурса Наталья Степанова (Чувашский филиал)
5. Победительницу конкурса Екатерину Федорову (Калининградский филиал) тепло поздравили генеральный директор предприятия Дмитрий Страшнов и председатель профсоюза работников связи России Анатолий Назейкин
6. Все участники финала получили в подарок скутеры

Победительницей конкурса «Лучший почтальон — 2014» стала представительница Калининградского филиала Екатерина Федорова, почтальон 1-го класса отделения почтовой связи Калининград 236013. Доброжелательная и улыбчивая девушка с активной жизненной позицией — одна из тех, кто олицетворяет собой Почту России нового поколения. В интервью нашему журналу Екатерина поделилась своими впечатлениями о конкурсе.

Лучший почтальон — 2014
Екатерина Федорова:
«На Почте
романтики хватает»

Каждый человек — это как большая книга, просто нужно уметь и хотеть ее прочесть. И Почта дает для этого все возможности

— **Екатерина, что вы почувствовали в тот момент, когда вас объявили победителем?**

— Если честно, это был шок. В хорошем смысле слова, конечно. Конкуренция в финале была острейшей: мои коллеги-соперники, так же как и я, выиграли региональные и окружные этапы конкурса. Победить в такой компании было крайне сложно. Тем ценнее для меня эта победа. И она не только моя личная. Ведь мы с коллегами проделали большую подготовительную работу. Если перечислять поименно всех специалистов нашего филиала, которые помогали мне готовиться к финалу конкурса, это займет очень много времени: это и отдел эксплуатации, и отдел по связям с общественностью, и отдел кадров, и административно-хозяйственная группа, и лично директор Калининградского филиала Алексей Иванов. Без их знаний и опыта, без огромной поддержки и веры в меня, я бы, конечно, не победила. Еще раз спасибо вам, коллеги! Это наша общая победа!

— **Какие из конкурсных заданий в финале вам показались самыми сложными, а какие — наоборот?**

— Легких заданий не было. Например, конкурс «Доставь-ка», где оценивались скорость и качество доставки и сортировки корреспонденции, требовал от участников не только профессиональных знаний и навыков, но и элементарной сноровки. И еще, наверное, умения справляться с волнением: ведь все происходит на сцене, на глазах у переполненного зала! Здесь поневоле начинаешь суетиться, нервничать. Как и в следующем испытании — «вербовке посетителей почтового отделения». Их надо было убедить прийти работать на почту. То есть так рассказать о почте и условиях работы почтовиков, чтобы человек загорелся желанием попробовать. Мне достался очень занятный «клиент» — поэт, который так и фонтанировал стихами на почтовую тему. В общении с ним мне помогли те качества, без которых немислима работа почтальона, — доброжелательность, приветливость и вежливость. И еще, наверное, понимание психологии клиента. «Поэт», как и все творческие люди, — натура впечатлительная и романтическая. А на почте романтики хватает. В общем, мне удалось завербовать нового «почтовика».

А вот в последнем конкурсе «Своя игра» прекрасно проявила себя коллега из Чувашии Наталья Степанова. Она и лидировала до последнего момента. Но... все изменил последний раунд. В нем, как и в одноименной телеигре, участники делали свои ставки, только в баллах. Я оказалась одной из немногих, кто правильно ответил на финальный вопрос. Это и решило исход всего конкурса.

— **Какие личные качества, на ваш взгляд, помогли вам выиграть?**

— Улыбка точно помогла.

— **Отразится ли эта победа на вашей дальнейшей карьере?**

— Руководство обещало повышение по службе (улыбается).

— **Как победительнице или в рамках глобальных изменений, происходящих на Почте?**

— Я работаю на Почте уже шесть лет, очень хорошо вижу, какое началось движение. Так что, надеюсь, и то, и то — и мои личные достижения, и общая тенденция.

— **Как, на ваш личный взгляд, можно улучшить работу Почты?**

— Перестать быть равнодушным к своей работе. Это везде нежелательно, но на Почте особенно.

— **А каков первый шаг к этому?**

— Начать видеть в клиенте человека, а не раздражающий фактор. Каждый клиент по-своему интересен. К примеру, недавно у нас была акция, приуроченная к 9 Мая. Мы ходили с поздравлениями по квартирам ветеранов, и каждый из них рассказал свою потрясающую историю. Каждый человек — это как большая книга, просто нужно уметь и хотеть ее прочесть. И Почта дает для этого все возможности.

— **Охарактеризуйте кратко идеального почтальона.**

— Доброжелательный, ответственный, целеустремленный.

— **Вы этому портрету соответствуете?**

— Стараюсь.

— **А чего не хватает?**

— Опыта и жизненной мудрости. Впрочем, это дело наживное.

ОТЗЫВ КОЛЛЕГИ

Наталья МАКАРЕНКО, председатель Калининградской областной общественной организации Профсоюза работников связи России:

— Я была в группе поддержки Кати на окружном этапе конкурса в Карелии. И сразу отметила, как спокойно и уверенно она держится, как умеет концентрироваться в нужный момент и контролировать свои эмоции. Она настоящий профессионал, почтальон экстра-класса. Коллектив Калининградского филиала не прогадал с кандидатурой своего представителя в конкурсе. Поздравляю коллег и Катю с отличным результатом!

Текст: Григорий Вольф



Почтальон и президент

Среди почтовиков немало людей, отмеченных не только профессиональными, но и государственными наградами. Один из них — Владимир Агапов, почтальон из деревни Дубосице Глинковского района Смоленской области. 2 июня 2014 года в Сочи Владимиру и его жене Ирине вручили ордена «Родительская слава». Супруги получили заслуженные награды из рук Президента Российской Федерации Владимира Путина.

Ордена «Родительская слава» вручают родителям, которые воспитали семь и более детей. Агаповы воспитали десять своих и шесть приемных детей. Из девяти семей, которые приехали в Сочи на торжественное награждение, смоленская делегация оказалась самой многочисленной — в недавнюю олимпийскую столицу приехали 13 членов семьи Агаповых. Сейчас старшему ребенку уже 38 лет, а младшему — десять. 21 мая 2014 года Владимир Михайлович в 15-й раз стал дедушкой — у него родился внук Александр. Старшему внуку Агаповых сейчас 16 лет.

Во время торжественного награждения вместе с семьей Агаповых за столом сидела министр здравоохранения России Вероника Скворцова. Она попросила семью не стесняться и просить все, что



им нужно. Автомобиль, устойчивая мобильная связь и Интернет в селе — вот и все, что попросили Агаповы. «Мы никогда ничего не просим, — поясняет Ирина. — Нет такой привычки. Даже не сказали, что все наши взрослые дети живут на съемных квартирах. Понимаем, что нам вряд ли помогут с жильем — дорого это».

Спустя несколько недель губернатор Смоленской области Алексей Островский, выполняя личное поручение Путина, вручил многодетной семье ключи от пассажирской «газели». Одна из трех просьб исполнена. Возможно, в ближайшее время жители села Дубосище смогут разговаривать по мобильному телефону в любом уголке села и пользоваться Интернетом не только в почтовом отделении.

СОН И ЯВЬ

Семья Агаповых живет в деревне Дубосище почти четверть века. А познакомились Владимир и Ирина в Ташкенте. «Мне было 18 лет, я готовилась к школьным выпускным экзаменам, — вспоминает Ирина Агапова. — Пришла с консультации усталая и легла спать. И помню, снится мне сон: подходит ко мне парень — высокий, красивый, что-то говорит. Но не успела разобрать его слов, меня разбудил отец: «Вставай, к тебе подружка пришла!» И действительно, пришла подруга, да не одна, а со знакомым парнем. Смотрю, а это он — тот парень из моего сна! С тех пор мы не расставались».

В Ташкенте у Агаповых родились восемь детей. В 1990-е годы семья переехала в Россию — на Смоленщину, где Владимир в свое время учился в Смоленском автотранспортном техникуме. Вслед за Ириной Агаповой в Дубосище приехала и ее родная сестра.

ПРИЕМНЫЕ ДЕТИ

Уже на Смоленщине у Агаповых родились еще двое сыновей. Несмотря на рождение уже десятого ребенка, Ирина Николаевна часто задумывалась о том, что было бы неплохо взять приемных детей. Окончательное решение она приняла в тяжелый для семьи период.

«В 2005 году я лежала в больнице с младшим сыном... Малыш потом умер... — видно, что трагедия до сих пор приносит боль матери, ей тяжело говорить. — В одной из палат больницы лежали брошенные дети. Взгляд одной из малышек я долго не могла забыть».

В том году семья Агаповых пополнилась сразу двумя приемными детьми, через несколько лет — еще четверьмя. Некоторые дети, которых взяли на воспитание Агаповы, прежде успели поменять не одну семью. Поэтому, чтобы дети поверили новым родителям, им пришлось приложить немало усилий, даря нежность, любовь и терпение. Помогло и то, что родные дети Агаповых сразу приняли новых братьев и сестер.

«Мы привыкли, что у нас дома много народу, — рассказывает Ирина Агапова. — Наши дети часто приводили друзей. Многие оставались у нас ночевать.

Я всегда говорю: 20 минут дома у нас побыл, значит, все, уже не гость — родственник».

Родительская слава Агаповых разнеслась по селу Дубосище и стала примером для подражания. Сестра Ирины Николаевны воспитывает троих приемных детей. Несколько учителей также взяли на воспитание по ребенку. Сегодня большинство детей, обучающихся в местной школе, — из семьи Агаповых. Владимир и Ирина не собираются останавливаться на достигнутом. Большую семью Агаповых снова ждет пополнение. Агаповы планируют взять еще двоих детей.

СПЛОЧЕННЫЕ И ДРУЖНЫЕ

Директор Смоленского филиала Почты России Александр Парамонов взял шефство над семьей Агаповых. Смоленский филиал принял активное участие в сборах многодетной семьи в Сочи. Во время одного из своих визитов к Агаповым Александр Парамонов вручил многодетной семье подарки, часть из которых пригодилась в их путешествии.

Кстати, «Родительская слава» — не единственная награда, которую заслужила смоленская семья. На одном из олимпийских объектов — в спортивном комплексе «Адлер-Арена» — про-



шел спортивный фестиваль многодетных семей «От спортивной семьи к Олимпийской победе». Самыми спортивными оказались Агаповы.

«Мы были самыми сплоченными и дружными, поэтому и победили!» — объясняет свой успех Ирина Агапова.

«А Владимир Путин такой же, как по телевизору», — отвечает смоленский почтальон всем, кто спрашивает его о встрече с президентом. Жена добавляет: «По всему видно, что хороший, добрый мужчина, только очень устает...»

Текст: Дина Воробьева
Фото автора и из личного архива семьи Агаповых

На фото:

1. Владимир и Ирина Агаповы с приемными детьми и младшей внучкой
2. Грамота, подписанная Президентом России Владимиром Путиным
3. Сочи. Семья Агаповых с олимпийскими чемпионами по фигурному катанию Ксенией Столбовой (слева) и Федором Климовым (в центре)



В космосе, ПОД ВОДОЙ И на вулкане

Почтовики привыкли работать в суровых и экзотических условиях. Они оказывают услуги там, где, казалось бы, никому не придет в голову искать почту. Мы предлагаем вам свой вариант топ-10 самых необычных и популярных среди туристов со всего мира почтовых отделений. Итак, начинаем обратный отсчет...



10. По соседству с пингвинами

Порт Локрой, Антарктида (встречается также и французский вариант написания — Лакруа)

Почтовое отделение в Антарктиде одновременно претендует на звание самого южного, самого холодного и самого изолированного в мире. Офис работает под эгидой официальной почты британской антарктической территории. Не стоит путать ее с Royal Mail: отделение в Локрое тоже подчиняется английской короне, но работает независимо от национального оператора. На посылаемые отсюда открытки и конверты наклеивается специальная антарктическая почтовая марка.

Гавань, где находится экзотическое отделение, открыта французской экспедицией. Долгое время она служила стоянкой для китобойных судов. Во время Второй мировой войны порт превратился в одну из многочисленных британских баз.

В 1960-е годы заброшенный скалистый уголок постепенно приходил в упадок. Территорию восстановили лишь в 1996 году — в качестве исторического памятника и музея, при котором и существует почтовое отделение.

Однако несмотря на свою недоступность, Локрой — наиболее посещаемое местечко Антарктики. Каждый сезон сюда прибывают около 35 000 посетителей, и большинство из них не упускают случая отправить родным и близким открытку с самого необжитого материка планеты. Правда, на скорую доставку рассчитывать не приходится. Корреспонденцию сначала отвозят на Фолклендские острова и только оттуда — в Англию.

9. На краю кратера

Вулкан Ясур, Вануату



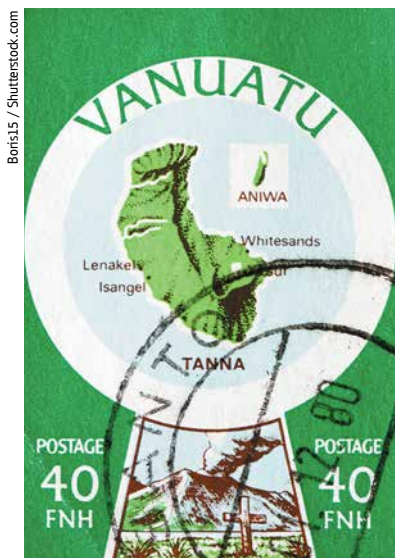
Послать домой весточку с самого края вулканического кратера — заманчиво, не так ли? Почтовое отделение на острове Танна находится под юрисдикцией государства Вануату, разбросанного более чем по 80 крошечным островам в Тихом океане. Здешний вулкан Ясур имеет высоту всего около 360 метров и считается наиболее доступным для человека среди всех действующих мировых вулканов.

Местные мифы гласят, что в кратере обитают духи мертвых.

Почтовиков, впрочем, такое соседство не испугало. Напротив, желающих покрасоваться возле вулканического почтового ящика оказалось так много, что доход от продажи марок и открыток составил весомую часть государственного бюджета. Несколько лет назад в Вануату даже выпустили специальную серию «Вулканическая

почта» с тематическими марками и карточками.

С края действующего вулкана почту забирают ежедневно, но ее доставка за пределы Меланезии может занять несколько недель. Однако, согласитесь, «вулканический» сувенир из Республики Вануату, которая, по данным одного из рейтингов, признана самой счастливой страной на планете, пожалуй, стоит того, чтобы запастись терпением.



Почтовая марка с изображением острова Танна

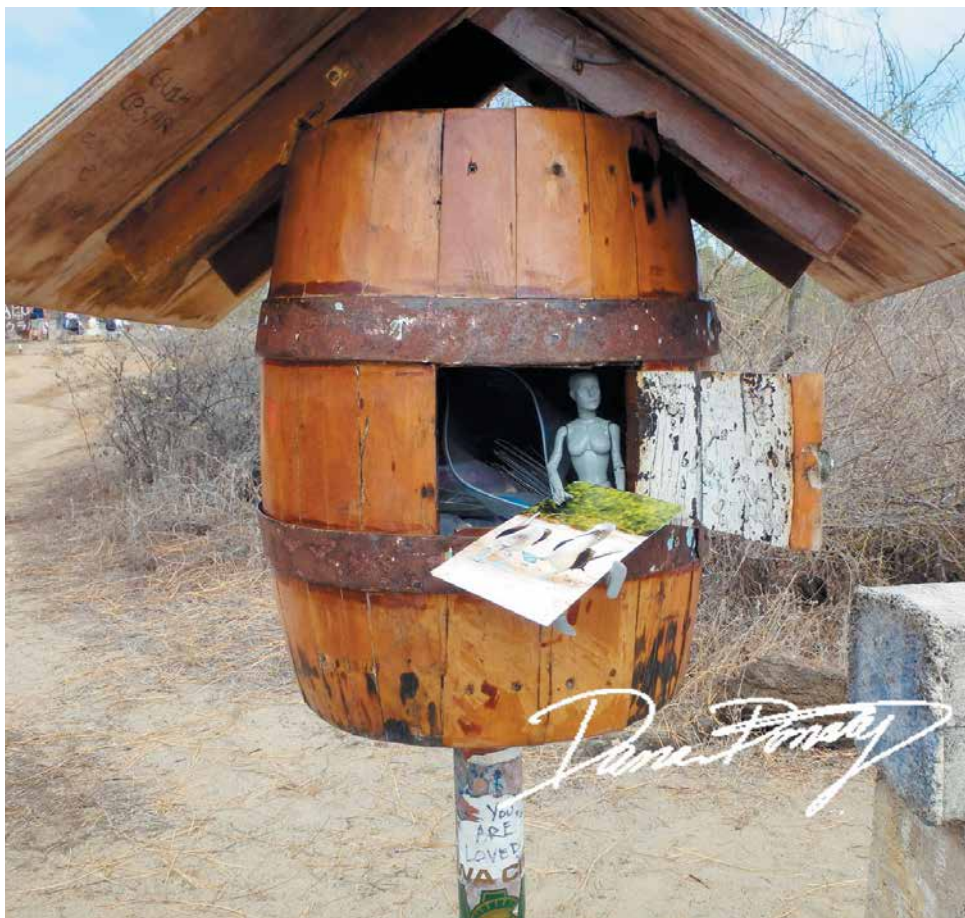
8. Сам себе почтальон

Остров Флореана, Галапагосы, Эквадор

Этот вулканический островок прославил почту. Ведь именно здесь расположена Post Office Bay — Почтовая бухта. Свое название она получила благодаря расположенной в порту местной достопримечательности — почтовой бочке. Специальную бочку с отверстием для сбора корреспонденции здесь некогда установили китобои. В бочку, как в почтовый ящик, складывали письма, а проходящие мимо корабли забирали их и развозили по нужным адресам.

Почтовая бочка используется и сегодня для развлечения туристов. Хотя туристы не только развлекаются, но и работают, как самые настоящие почтальоны. Гости Флореаны самостоятельно сортируют письма, выбирая из них те, что адресованы жителям их родной местности. И взамен оставляют собственные послания, чтобы следующие визитеры также выполнили свою почтовую миссию.

Сотрудники экскурсионных бюро уверяют, что порой импровизированная доставка работает даже быстрее, чем официальная эквадорская почта: захватив письмо перед отъездом домой, туристы могут вручить его адресату уже на второй-третий день.



7. Ничего лишнего

Очопи, Флорида, США

Маленькая будка размером семь на восемь футов (примерно 213 на 243 см) на краю парка Эверглэйдс в штате Флорида когда-то была заурядным хозяйственным помещением. Скромное здание использовали для нужд небольшой ирригационной системы, предназначенной для фермы по выращиванию томатов. Но после пожара в местном универмаге, где располагалось и почтовое отделение, сотрудникам почты пришлось переселиться. Точнее, одному сотруднику: в городке Очопи проживают всего... 11 человек, и единственного почтового клерка для них вполне достаточно.

В крошечном здании помещается все, что необходимо для работы: телефон, компьютер и кондиционер. Бывают здесь не только местные жители, но и увлеченные почтовой тематикой туристы — отделение в Очопи считается самым маленьким не только в США, но и в мире. Возле будки нередко останавливаются целые экскурсионные автобусы. Туристов на прилавке всегда ждет пачка уже протемпелеванных открыток.

А вот почтальону, обслуживающему самое маленькое отделение, скучать не приходится. Его маршрут охватывает три округа и составляет около 132 миль — более 210 км!

6. Почтальоны с аквалангами

Остров Хайдауэй, Вануату

И снова возвращаемся в Вануату. Ведь здесь можно найти не только вулканическое, но и подводное почтовое отделение! Оно расположено на островке Хайдауэй, примерно в полусотне метров от пляжа. Специальные буи на поверхности указывают местоположение отделения.

Для того чтобы попасть туда, нужно погрузиться на трехметровую глубину. Открытки и марки стоит приобрести заранее: они водонепроницаемые, так как сделаны из специального пластика.

Впрочем, большинство туристов предпочитают не изображать из себя крутых дайверов, а выбирают самый простой вариант обслуживания в необычном почтовом отделении — передают почтовые отправления в надводном пункте приема.

В штате почтового отделения служат несколько аквалангистов. Они используют специальную рельефную печать, чтобы гасить непромокаемые открытки под водой, а также забирают с океанского дна накопившуюся почту. Как отмечают почтовики-подводники, от посетителей у них нет отбоя.



5. Больше века на плаву

Река Детройт, Мичиган, США

Из подводного почтового отделения отправляемся в плавающее, единственное в своем роде и исправно работающее уже более 125 лет. Клиенты — такие же необычные, как и само отделение, поместившееся прямо на судне под названием «Дж. У. Уэсткотт II». Главная и единственная его миссия — доставлять

отправления на проходящие поблизости корабли.

Свое имя судно получило в честь капитана Уэсткотта, который и решил в конце XIX века организовать компанию для развоза почты по кораблям с помощью небольшой лодки.

Почтовое отделение, за которым закреплен свой собственный индекс — 48 222,

двигается со скоростью до 15 узлов. Длина судна — 14 м, ширина — около 4 м. В 2001 году матросы чуть не лишились эксклюзивной возможности получать почту, не сходя на берег: «Дж. У. Уэсткотт II» затонул, погибли несколько членов экипажа... Однако затем судно подняли со дна, отремонтировали и вернули в строй.

4. Последний поезд

Портленд, Орегон, США

Представьте себе: вплоть до конца 1970-х годов основная часть почты в Америке перевозилась на поездах. Значимость железной дороги для почтового сообщения сложно было переоценить: отправления даже маркировались прямо в вагонах. Причем у каждой железной дороги имелся собственный штемпель, позволяющий идентифицировать пройденный маршрут.

Железная дорога Вашингтонского парка и зоопарка в штате Орегон получила свой почтовый штамп гашения

в 1961 году и продержалась в качестве почтового перевозчика дольше всех. Сегодня это единственная в США железная дорога, до сих пор осуществляющая почтовые перевозки.

Протяженность маршрута составляет 4,8 км. Почтовые ящики расположены на станциях «Зоопарк» и «Парк Вашингтон», а также на локомотиве поезда Zooliner. При этом почта здесь по-прежнему обрабатывается и гасится вручную.



3. С небес на землю

Эйфелева башня, Париж, Франция

С момента открытия для посещения в 1889 году на Эйфелевой башне побывали более 250 млн человек. Это один из самых востребованных и наиболее успешных с коммерческой точки зрения туристических объектов мира: число визитеров ежегодно растет. И каждый год здесь продают миллионы почтовых открыток и карточек.

Долгое время почтовое отделение располагалось на высоте примерно 57 метров над землей (общая высота башни со шпилем — 324 метра). Однако затем было принято решение перенести почту на цокольный этаж. Одним из главных аргументов в пользу этого шага стало повышение доступности услуг для желающих стать обладателями почтовых сувениров с Эйфелевой башни.

Теперь для того, чтобы приобрести специальную сувенирную открытку или марку с изображением башни, не требуется билет на ее посещение. Вы можете заглянуть в небольшой офис, пока ваши спутники стоят в очереди на подъем. Отделение располагается в основании южной опоры башни: здесь можно не только купить памятную почтовую продукцию, но и послать друзьям восточку, которую сотрудники La Poste отметят специальным штемпелем.

Обычно отделение работает с половины десятого утра до шести вечера, но в горячий летний сезон оно открыто почти до самой полуночи.



Вход в отделение La Poste в Эйфелевой башне, где можно купить и почтовые открытки с изображением одной из главных достопримечательностей Парижа





2. Космический сервис

«Тяньгун-1», орбита Земли

Национальный космический проект почтовая служба Китая решила обратить себе на пользу. Число интернет-пользователей в стране стремительно растет, и для привлечения их внимания к почтовым услугам China Post организовала почтовое отделение прямо в космосе. Виртуальный офис находится на модуле «Тяньгун-1», который был выведен на орбиту в сентябре 2011 года.

Саму корреспонденцию на орбиту, конечно, не возят — слишком ценно свободное место и дорога доставка. Письма приходят на «Тяньгун-1» в электронном виде, затем отправляются в пекинский пункт, где их распечатывают, а после доставляют по указанному адресу в обычном порядке.

«Космическое» почтовое отделение находится от Земли на расстоянии 343 км и имеет собственный почтовый индекс 901001.



1. Привет с «крыши мира!»

Северный склон Эвереста, Тибет, КНР

Это почтовое отделение, конечно, расположено ниже, чем модуль «Тяньгун-1», но из наземных — выше всех. Более 5000 метров над уровнем моря — на такую высоту придется подняться тем, кто желает отправить почтовую открытку с Эвереста. Самое высокогорное отделение в мире базируется в популярном у туристов кемпинге. Оно появилось в 2008 году, когда на Эверест доставили огонь пекинской Олимпиады. В отделении всего три сотрудника, включая директора и курьера. Период работы совпадает со здешним туристическим сезоном — с конца апреля по август.

И хотя открытки и марки обильно украшены символикой Эвереста, гиды рекомендуют непременно написать на карточке, что отправлена она не откуда-нибудь, а с самой «крыши мира», как любят называть в Тибете местные вершины.

Текст: Юлия Макарова

Владимир Сальников: «Спасибо Почте за поддержку!»



Почта России — партнер Всероссийской федерации плавания. Наша фотоподборка посвящена выступлению юных российских пловцов на чемпионате Европы — 2014. Верим в их новые, будущие победы, в том числе на взрослом уровне!



На фото:

1. Легендарный советский пловец, президент Всероссийской федерации плавания Владимир Сальников
2. Участники золотой смешанной эстафеты 4 x 100 м вольным стилем: Роман Домачук, Дарья Устинова, Арина Опеньшева, Филипп Шопин
3. Софья Сподаренко, Эрнест Максумов, Валерия Саламатина, Ирина Приходько
4. После вечернего собрания
5. Арина Опеньшева и Дарья Муллакаева
6. Заплыв на дистанции 400 м вольным стилем с участием Арины Опеньшевой (золото) и Дарьи Муллакаевой (бронза)



Фото: Анна Гусева

ГАЗ 4WD

НАДЕЖНОСТЬ, ПРОХОДИМОСТЬ,
ВЫГОДА, КОМФОРТ



Подключаемый
полный привод



Карданные
валы со ШРУС
DANA



Блокируемый
дифференциал
заднего моста
EATON

- от **492** тыс.руб.* – ЦЕНА
- 2** года или **80** тыс.км. – ГАРАНТИЯ
- 15** тыс.км. – МЕЖСЕРВИСНЫЙ
ИНТЕРВАЛ
- изготовление а/м ПО СПЕЦЗАКАЗУ
- ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД в подарок



azgaz.ru

8-910-058-72-30
dkn@gaz.ru

* Цена на базовую модификацию а/м ГАЗ 27527-244 4x4 со специальной скидкой для корпоративных клиентов



